MANUAL DE SERVICIOS DE BAR Y CAFETERÍA PARA EL CERTIFICADO HOTR0508

NIVEL DE CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: 2

RELACIÓN DE LOS MODULOS FORMATIVOS QUE CONFIGURAN ESTE MANUAL PARA EL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MF1046_2: Desarrollar los procesos de servicio de alimentos y bebidas en barra y mesa.
MF1047_2: Asesorar sobre bebidas distintas a vinos, prepararlas y presentarlas.
MF1048_2: Servir vinos y prestar información básica sobre los mismos.
MF1049_2: Preparar y exponer elaboraciones sencillas propias de la oferta de bar-cafetería.

TENICAS DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN BARRA Y MESA

MODULO FORMATIVO 1046_2

INDICE DE CONTENIDOS

UA. 1 SISTEMAS DE ORGANIZACION Y DISTRIBUCION DEL TRABAJO

1.1 La Brigada Del Bar – Cafetería. Composición Y Funciones.

Un bar o café bar es un establecimiento atendido por un barman, donde se sirven bebidas que se consumen de inmediato, tanto en barra como en mesa. Se permiten servir tapas, bocadillos, raciones y similares.

Está dotado de barra y también pueden disponer de servicio de mesasen la misma unidad espacial, en los que se proporciona al público bebidas que pueden acompañarse, o no, de tapas, raciones o bocadillos.

Existe una serie de diferencias en la estructura, funciones y servicio que ofrece el bar, según sea un departamento en un restaurante u hotel o se trate de un establecimiento independiente.

Dentro de cada departamento, en el sector de la hostelería, hay unos grupos de personas formados por diferentes categorías profesionales, a los que se denominan brigada**.**

BARES O SIMILARES - TIPOS

Cafetería: presta, de modo fundamental, el servicio de bebidas, platos fríos y calientes, simples o combinados, elaborados generalmente en una plancha. Es posible consumir en la propia barra, aunque estos establecimientos suelen disponer de mesas.



Existe una clasificación: “especial”, “primera” y “segunda”, cuyos distintivos serán, respectivamente, tres tazas, dos tazas y una taza.

Café: negocio donde principalmente se sirven cafés (en todas sus formas de preparación), chocolates e infusiones. En algunos de ellos podemos encontrar una oferta gastronómica sencilla de bollería y pastelería.

La Brigada – Composición Funciones

La brigada del bar y cafetería es el grupo de personas encargadas de efectuar las actividades relacionadas con la producción y venta de productos.

La composición de la brigada dependerá del tipo y tamaño del establecimiento.

Encargado
Jefe de bar -Barman
2º Jefe de bar- 2° Barman
Camarero
Ayudante
Aprendiz

Funciones

ENCARGADO/A

Dependiendo del establecimiento, esta figura se unifica con la de jefe de bar o 1º barman, y es el principal responsable del establecimiento.

En esta persona debe primar la atención con el cliente, el conocimiento de la oferta gastronómica y de bebidas que se ofrezca en el establecimiento en cuestión, grandes nociones de coctelería y de un mínimo de idiomas.

En pequeños establecimientos hoteleros es el Maître quien hace las funciones de Jefe de Bar. En establecimientos privados puede ser el mismo dueño.

Entre sus funciones principales cabe destacar:

- Organiza y supervisa el trabajo del personal a su cargo.
- Supervisa el cumplimiento de las normas de seguridad laboral e higiene en el trabajo.
- Atiende las sugerencias, quejas y reclamaciones es de los clientes.
- Controla el funcionamiento y mantenimiento de los equipos y material del departamento.
- Realiza las compras de materias primas y utillaje.
- Supervisión de facturas.
- Control de stocks e inventarios.

JEFE DE BARES O 1º BARMAN

Será la figura principal en el caso de que no exista la figura del encargado y tendrá las mismas funciones que el encargado.

En el caso de establecimientos hoteleros puede que existan diferentes bares o cafeterías con un encargado común y diferentes 1º barman.

Ejemplo: 1º Barman del bar piscina, 1º Barman del Piano Bar o1º Barman de la Disco.

2º JEFE DE BARES O 2º BARMAN

Poseerá los mismos conocimientos que el jefe de bar o barman, y lo sustituirá en su ausencia.

Entre sus funciones cabe mencionar:

- Controlar, planificar y dirigir el servicio.
- Confeccionar la lista de bebidas y cócteles.
- Recibir, aconsejar y despedir a los clientes.
- Preparar todo tipo de bebidas.
- Preparar diferentes tipos de cócteles y bebidas combinadas.
- Tomar los pedidos y servir.
- Examinar y controlar las existencias de mercancías.
- Deberá tener conocimientos de algún idioma.



CAMARERO/A Y AYUDANTE DE BARRA

Están bajo la supervisión del barman y sus tareas son:

- Serán los encargados de realizar todas las tareas relacionadas con la mise en place y el servicio de bar.
- Su principal función es la de servir al cliente en el mostrador.
- En barra tienen un contacto más directo con los clientes.
- Preparar los servicios que le sean solicitados por los camareros de sala**.**

CAMARERO/A DE SALA

Su función principal es el servicio de mesas, además de:

- Preparar las cartas de trabajo para el servicio bebidas o comidas.
- Realizar la atención directa al cliente para el consumo de alimentos y bebidas
- Tomar las comandas a los clientes en la sala.
- Informar y aconsejar al cliente sobre los distintos productos que forman la oferta del establecimiento
- Ayuda al camarero de sala en el servicio de mesas, siempre bajo la supervisión de éste

APRENDIZ DE BAR

Se encargan de realizar todo lo que le piden las personas que están por encima de ellos, que son todos**.**

ENCARGADO/A Y AYUDANTE DE PLANCHA

Es la persona encargada de la elaboración de los platos que se elaboran en el establecimiento (tapas, raciones, bocadillos), por lo que se valorará una experiencia mínima en la cocina.
El ayudante, como su palabra indica, se encarga de ayudar al encargado en la elaboración de estos platos.

CAFETERO

Se encarga de la elaboración de los cafés y bebidas calientes, y de todo lo que tenga que ver con la maquinaria de café e infusiones.

CAJERO/A

En lugares con mucha clientela, hay cajer@s que controlan y cobran los pedidos realizados en la barra, como por ejemplo en cafeterías de hospitales o universidades.



1.2 Puesta A Punto Del Material - Cristalería, Cubertería, Vajilla Y Mantelería

Mise en place es una expresión francesa que designa el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo una buena puesta a punto del bar/cafetería antes de poder empezar el servicio.

De esta manera se puede trabajar de un modo mucho más organizado sin necesidad alguna de utilizar la improvisación.

En cada establecimiento se emplea un determinado tipo de material; básicamente el empleado es el mencionado a continuación, indistintamente de los modelos, diseños, materiales y calidades de éstos, en todo bar podemos encontrar.

LA MISE EN PLACE

Se puede dividir en tres pasos:

- **Planificación.** El encargado distribuye el trabajo en la brigada, que tiene que ver con la preparación, el repaso y la limpieza de todo el material, maquinaria y mobiliario del establecimiento. Se explican los pasos a seguir para que todos los componentes de la brigada realicen el trabajo de la misma forma.

- **Realización**. En este punto se desarrollan todos los pasos anteriormente mencionados de repaso, limpieza y preparación.

- **Supervisión**. Esta fase permite corregir los posibles errores cometidos en las dos anteriores. Es en este momento cuando se repasa todo lo acometido haciendo un especial énfasis en los pequeños detalles

REPASO DEL MATERIAL

Cristalería

Será tan variada como lo sea nuestra oferta. La cristalería estará compuesta por:

- Vasos y copas de diferentes formas y tamaños, de agua, de vino, media combinación, combinación, copa flauta, copa de licor, etc.
- Cristalería específica del tipo de oferta del local, copa de coctel, vaso old fashioned, copas tulipa para helados, etc. Se revisan los *stocks* y se repasan con vapor de agua.
- La cristalería no se debe lavar con la misma agua del lavavajillas que se usa para limpiar las tazas de café, ya que estas le conferirían mucha grasa.



TIPOS DE COPAS Y VASOS



Borgoña ***Agua*** ***Vino*** ***Oporto*** ***Licor*** ***Flauta*** ***Clásica*** ***Balón***



Cerveza ***Zumo*** ***Café Irlandés*** ***Cocktail*** ***Catavino***



½ Combinación ***Tubo*** ***Refresco*** ***Rocas*** ***Vodka óTequila***

Cubertería
Contaremos con material acorde a nuestra oferta gastronómica. Estará compuesta por elementos básicos de cuchillos, tenedores y cucharas.
Se ha de lavar separada de la cristalería para que no le confiera grasas. Una vez haya sido lavada con agua caliente y unas gotas de lavavajillas, y repasada, se guarda en cajones destinados para ello.

Los elementos de la cubertería son:
- **Cuchillos:** Trinchero, Pala de pescado, Postre, Montero, etc.
- **Cucharas:** Sopera, Postre, Infusión o de café con leche, moka, etc.
- **Tenedores**: Trinchero, Pescado, Montero, Postre, etc**.**



Vajilla
Básicamente emplearemos diferentes tipos de platos, tazas, etc.

Tendremos el suficiente material en servicio para atender el local en cada servicio, contando con un stock de emergencia para situaciones inesperadas.

Después de lavada, debe ser repasada con un paño húmedo para quitar posibles restos minerales y debe ser guardada y organizada en estanterías y mesa caliente

La vajilla estará compuesta por:
- **Platos:** soperos, trincheros, de postre, de moka y otros.
- **Tazas:** de café, de café con leche, de desayuno, de consomé.
- **Otros elementos**, de acuerdo con las características específicas del local.



Mantelería - Lencería
Contaremos con la lencería necesaria para el servicio, más un stock para incidencias.
Fundamentalmente emplearemos;

- Muletones de algodón
- Manteles y cubremanteles
- Servilletas el tamaño ideal de 50x50 para las comidas y 25x25 para desayunos.
- Cubre bandejas
- Litos
- Bayetas de limpieza

Menaje Y Complementos
Son necesarios para realizar y asistir el servicio de mesas. Los materiales pueden ser diversos y muchos de ellos pueden hacer juego con la vajilla del restaurante. Pueden ser de porcelana, cristal, acero inoxidable, etc.

Se tendrá en cuenta el repaso de menaje y otros completos que deberán en perfecto estado de limpieza para el servicio.

Acero inoxidable
Como cubos, pies de cubo, bandejas, cocteleras, cucharas mezcladoras, etc. Estarán perfectamente distribuidos en el bar y se limpian en el lavavajillas se repasará con un paño con alcohol.

Salero y pimentero
Generalmente de cristal con un tapón metálico. Para su limpieza vaciaremos la sal en un plato, a continuación, lavamos el salero con agua templada y jabón o pasarlos por el lavavajillas. Secaremos perfectamente. Se limpian con un palillo los agujeros obstruidos de la tapa. Se rellenan de nuevo de sal con ayuda de un cucurucho de papel.

Una vez rellenado se limpia el conjunto con un paño. Es costumbre añadir unos granos de arroz para evitar que la sal se apelmace.

Aceiteras y vinagreras
También llamadas “convoy”. Destinados para contener el aceite y vinagre, generalmente a juego con el salero y pimentero.

La vinagrera se limpia utilizando agua muy caliente y sal gorda agitando enérgicamente y para la aceitera emplearemos agua y detergente neutro. hay que dejar paso a las monodosis de este tipo de productos y desechar los arcaicos convoyes, que no suelen ser nada higiénicos.



Limpieza del local
Dependiendo del tipo de establecimiento, la limpieza del mismo será realizada por el mismo personal del bar o cafetería, encargado o responsable del bar quien se encargue de realizar la supervisión de la limpieza del local y así controlar las tareas del personal.

El local debe limpiarse al principio, durante y después de realizar el servicio, ya que algo que siempre se valora como cliente es la limpieza y pulcritud de un sitio.

Habrá que distinguir entre la limpieza a fondo del local, que normalmente se realizará a la hora del cierre o antes de abrir el día siguiente y la limpieza continua de los espacios y los materiales que se estén usando en y durante el servicio.

Dentro de la limpieza del local se encuentra la fase de la **Supervisión**; con esta fase se corrigen posibles errores existentes en las anteriores, de ahí su importancia.

1.3 Mobiliario Del Bar

La Barra
Es la zona de clientes, la forma y longitud de la barra estará supeditada al espacio del que se disponga y, también, a la rentabilidad que se quiera conseguir de ella, considerándola como lo que es: un punto de venta:

La barra debe tener un ancho de alrededor de 0,5 m. y una altura de 1,20 m., disponiendo de una parte abatible, que permita la entrada y salida del personal que atiende.



Los materiales con los que se hubieran fabricado estarán en sintonía con la categoría del establecimiento y con la decoración del mismo.
Entre los materiales que se emplean más asiduamente se cuentan la madera, el gres, el metal, el vidrio.

En el interior de la barra se encuentra el mostrador de servicio que puede estar compuesto de diferentes elementos.

Mostradores frigoríficos o timbres
Son aquellos muebles empleados para la conservación de determinados géneros o elaboraciones, son de carga frontal lo que permiten utilizar la parte superior como zona de trabajo o mostrador interior.

Cuentan con una serie de compartimentos para la conservación de alimentos. Su capacidad varía según las dimensiones de estas cámaras. Se limpiarán periódicamente con agua caliente y juna bayeta.





Cámaras frigoríficas
Estas cámaras las podemos encontrar de diferentes tamaños y modelos que van desde los armarios hasta las vitrinas frigoríficas.

La temperatura de frío debe mantenerse entre 2º C y 5º C, por debajo de los 8º C, que es cuando los microorganismos pueden empezar a multiplicarse.

Mostradores o cámaras frigoríficas
Las hay de carga frontal o superior, siendo más aceptadas, por lo habitual, las de carga frontal, ya que permiten utilizar la parte superior para la instalación dentro de este tipo de maquinaria accesorios, como pudieran ser mesas de trabajo, fregaderos, escurridores, etc.



Cuentan con una serie de compartimentos y una capacidad que varía según su tamaño.
Fundamentalmente se emplean para la refrigeración de bebidas.

Botelleros frigoríficos
Son cámaras frigoríficas, con diferentes compartimentos destinados al alojamiento de bebidas con una abertura en su parte superior, utilizándose generalmente el sistema de puertas corredizas.



Su tamaño esta entre los 1,20 y 2 metros, con una altura aproximada de 90 cm.

Se procederá a su reposición, haciendo el FIFO (*First in-First Out)* "Primera en entrar, Primera en salir"), evitando de esta manera problemas de caducidad y de enfriamiento, ya que se aseguran las bebidas frías al realizar esta operación. Las bebidas del fondo de la cámara se ponen delante para ser consumidas primero.

Estanterías y encimeras
Son estructuras metálicas, sólidas y resistentes, que se emplean para el almacenamiento de material en sus baldas o repisas, donde se coloca en la parte superior la maquinaria.



Las encimeras se suelen emplear para poner las cafeteras y sus complementos, también conocidos como "sotabanco de cafetera" o "mueble de cafetera".

Tiene compartimentos para guardar infusiones, cucharillas, sobres de azúcar, etc. y un cajón abatible para desechar los restos del café

1.4 Maquinaria Utilizada En El Servicio Bar Cafetería

Cafetera

Utilizada para la elaboración de café exprés. Las cafeteras pueden ser eléctricas o de gas, manuales o automáticas.

En su interior se encuentra el calderin donde se almacena y calienta el agua que se utiliza en la elaboración del café.



Para que la cafetera funcione correctamente, es preciso que la caldera alcance una presión de entre 1 y 1,5atmósfera de presión que se obtiene cuando el agua alcanza la temperatura necesaria, entre 95º y 100ºC.

En el exterior se encuentra un manómetro que indica la presión de la caldera. Por otro lado, la caldera debe llenarse periódicamente (en función de su capacidad y del número de cafés elaborados).

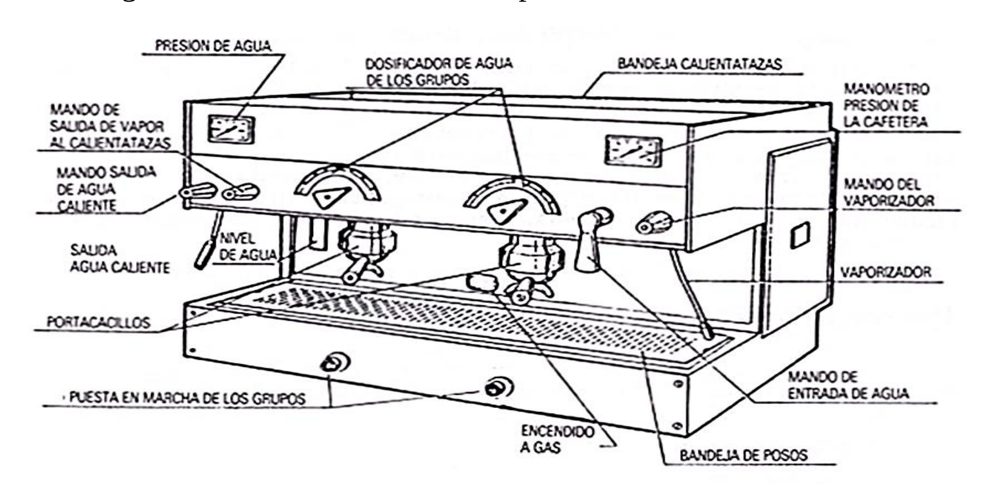
Durante esta operación la temperatura del agua interior disminuye (ya que se está introduciendo agua fría). Lo que supone que la presión también baje: por ello es importante controlar el nivel de agua y evitar que se vacíe en exceso.

El café se coloca en el «cacillo» o pequeño plato metálico perforado, de diferente capacidad según se utilice para la elaboración de uno o dos cafés, y que está situado dentro del denominado «portacacillos».

En el exterior de las cafeteras se encuentran los denominados "grupos", existiendo cafeteras de 1, 2, 3 o más grupos. En estos grupos se colocan los portacacillos, que se fijan mediante un giro de 45 grados ala derecha.

Una vez fijado, se acciona el mecanismo, normalmente un botón, para permitir el paso del agua por el grupo hacia el cacillo de café y su posterior filtrado para obtener el líquido deseado.

Además de las partes mencionadas, las cafeteras cuentan también con un vaporizador que permite calentar líquidos(normal mente leche) en pocos segundos por medio de vapor caliente, así como una salida directa de agua hirviendo desde la caldera para la elaboración de infusiones



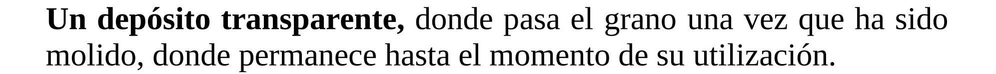
Molinillo de café.
El molinillo de café tiene una doble misión: sirve para moler el café, y permite además dosificar la cantidad de producto que se vierte en el cacillo.

Este molinillo consta de varias partes:
El depósito donde se sitúa el café en grano, denominado «tolva» (Cristal o plástico transparente).



El molinillo propiamente dicho, responsable de moler el grano de café, que funciona por un sistema de ruedas dentadas a través de las cuales pasa el café, triturándolo en función del grosor deseado (regulable desde el exterior).

El grosor del café molido debe situarse en un punto intermedio, ya que un café molido muy fino no permitiría que el agua pasase a través de él o bien pasaría muy despacio, mientras que, si se muele excesivamente grueso, el agua pasaría muy rápido y prácticamente no tomaría el sabor del café.

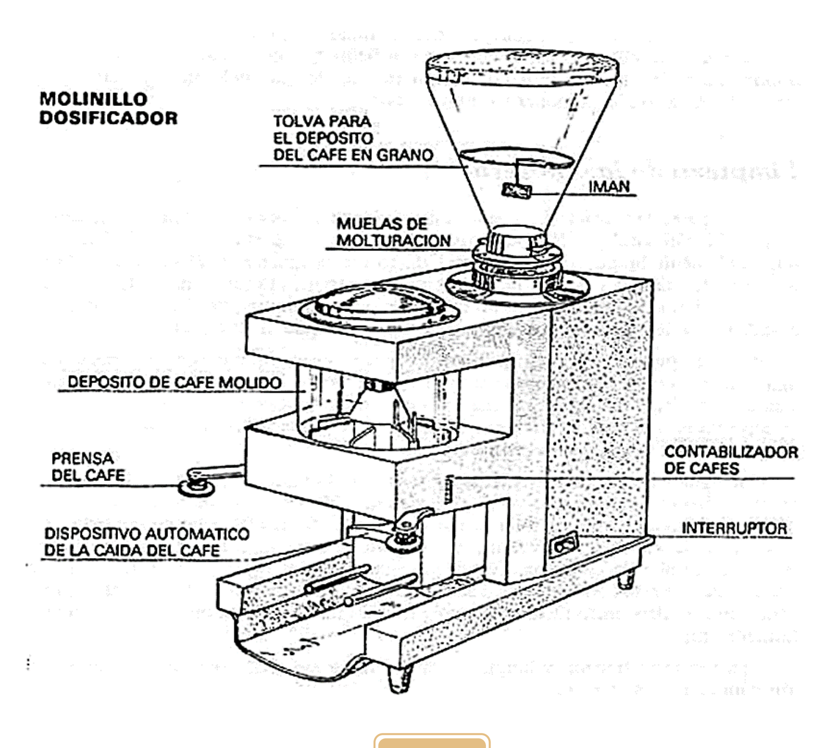


Un depósito transparente, donde pasa el grano una vez que ha sido molido, donde permanece hasta el momento de su utilización.

A través de la palanca dosificadora se dispensa el café, entre 5 y 7gr. cantidad que por otro lado es la más idónea para elaborar un café.

Una mayor cantidad produce un café mucho más fuerte, pero dificulta considerablemente que el agua pase a través de él, lo que ralentiza el proceso.

Una vez el café en el cacillo, debe ser prensado antes de introducir el portacacillos en el grupo. No se debe prensar excesivamente el café, ya que provocaría el mismo efecto que si se hubiera puesto demasiado café en el cacillo o el café estuviese molido excesivamente fino.



Termo de leche
De diferentes capacidades 6 – 10- 12- 16 Lts. Nos sirve para conservar la leche caliente sin que tome un color oscuro, ni que se evapore al tenerla al fuego ininterrumpidamente.



Está constituido por una cubeta donde irá la leche, un sistema de transmisión de calor a través del agua metiendo la cubeta de leche dentro de la del agua, llamado baño María.

Está formado también por unos niveles de agua y de leche, un grifo y una tapa. Para el servicio llenaremos el agua necesaria, pondremos la leche en la cubeta, conectaremos a la red y taparemos. Deberemos colocar debajo del grifo un recipiente, con el fin de evitar el goteo, y una bayeta para su limpieza.

Plancha
Es imprescindible en un bar, ya que la utilizaremos para la elaboración de sándwiches, tostadas, platos combinados, tortillas, etc.



Las hay eléctricas o de gas, de tamaños diferentes, y suelen estar situadas en la contra barra. Después de su uso, se limpiará con un paño con vinagre o limón para que se absorba n los olores.



Batidora
En esta máquina, de fácil manejo. Se utiliza para confeccionar batidos y mezclar helados.

Se colocan las bolas de helado dentro del vaso añadiremos un vaso de l eche y un chorrito de sirope, introduciremos el espárrago dentro del vaso y la pondremos en marcha. Pasado s unos minutos y esté hecho el batido, lo serviros en un vaso

Exprimidor
Se utiliza para exprimir frutos, generalmente cítricos, para obtener su jugo, los hay manuales y eléctricos.



Está formada por una especie de cúpula, donde se apoyará la mitad de la fruta ya cortada presionándola hacia abajo Una vez presionado, el zumo saldrá depositándolo en una jarra o recipiente.

Existen también maquinas exprimidoras automáticas que están programadas, y ellas solas cogen la fruta necesaria para cada zumo. Para servirlos al cliente hay que pasarlo por el colador. Para su limpieza se aclararán con agua las partes que no sean eléctrica

Hornos microondas
Este tipo de hornos permite calentar de forma rápida todo tipo de géneros, con un consumo muy bajo de energía.



Se basa en la aplicación a los alimentos de unas ondas que producen un movimiento acelerado de las partículas que componen la materia orgánica, calentándose éstos por la fricción producida por el movimiento de dichas partículas.

Este tipo de hornos son especialmente apropiados para aquellos establecimientos que ofrecen a sus clientes raciones y otros alimentos previamente elaborados y que requieren ser calentados para su servicio**.**

Máquina de hielo
Se utiliza para hacer hielo en forma de cubitos, que pueden ser tanto huecos como compactos, siendo estos últimos los más usados en la actualidad.



Hay diferentes tipos de modelos y tamaños, con un termostato que regula su producción.

Se aconseja tener siempre la puerta cerrada, y para su limpieza desconectarla y pasar un paño para retirar los posibles restos de suciedad.

Lavavajillas
Dependiendo del espacio en la barra puede que se tenga uno e incluso dos lavavajillas, uno para la cristalería y otro para el resto de materiales.



Si se mezclarán los materiales con la cristalería, esta quedaría con restos de grasa de la comida o el café.

En ocasiones, uno de ellos puede encontrarse en la zona de office. Principalmente funcionan con agua a una temperatura de unos 82ºC, detergentes e incluso abrillantadores.

1.5 Mobiliario Para Servicio En Mesa

Se considera mobiliario a todo el conjunto de muebles que se utiliza en los establecimientos de bar y cafetería. Todo este conjunto debe ser acorde con la categoría y el diseño del local.

El material suele ser variado como madera, aluminio, acero inoxidable, plástico etc.

El mobiliario debe limpiarse con mucho esmero, aplicando a las piezas productos especiales para limpieza de maderas.



Mesas: se encuentran diferentes tipos de mesas; cada establecimiento tiene su modelo o medidas según las características del local (cuadradas, redondas, rectangulares, etc.).

Sillas: en el mercado existen una gran variedad de sillas. El diseño y estilo dependerá de la categoría del establecimiento. Además de la silla, en este apartado se destaca también el taburete, pieza imprescindible en el servicio de barra**; algunos de los más utilizados son:**



- **De metal.**
- **Con asiento acolchado y patas de madera o metal.**
- **De madera.**
- **Con asiento de plástico y patas de madera o metal.**

Taburetes: La altura normal es de unos 75 u 80 cm, aunque existen unos taburetes más bajos que miden unos 40 o 70 cm y se sitúan en barras más bajas, donde normalmente se sirven menús.

Mesa auxiliar

Son pequeñas mesas fijas. Estas mesas son muy útiles, utilizadas generalmente por el personal con la finalidad de facilitar el servicio.



Normalmente están fabricadas en madera, debiendo guardar relación con la decoración. Nos ayudan a descargar platos, botellas, o de apoyo para cualquier otro tipo material.

Son de gran ayuda sobre todo en cócteles y banquetes donde los clientes pueden dejar el material ya utilizado.

Gueridón
Suelen ser normalmente de madera con ruedas para poder trasladarlas de un lugar a otro del comedor y estas mesas las utiliza el personal de servicio.

Ayudan en las tareas de trabajo y es una herramienta indispensable en los establecimientos de lujo**.**

Además de ayudarnos en el servicio, estas mesas proporcionan:
- Más vistosidad.
- Más libertad a los comensales.
- Mayor rapidez en el servicio



Los gueridones al igual que las mesas de clientes deberán ir cubiertas de muletón y vestidas con un mantel y cubre.

Sobre el gueridón colocaremos una muletilla y juego de pinzas que nos serán muy útiles para el servicio.

No ha de faltar la pala recogemigas que colocaremos sobre un plato trinchero con una servilleta en la balda interior del gueridón**.**

Aparadores
Los aparadores son unos muebles distribuidos por el comedor, cuyo número depende del de las mesas y cuya forma varía según diversos factores, como decoración del comedor, categoría, capacidad del mismo, etc.



Están divididos en una serie de cajones y estantes, donde se guardará un pequeño stock, disponible y listo para el servicio, de platos, cubiertos, cubremanteles, etc. En los grandes restaurantes suele haber uno por rango.

La colocación de los cubiertos en los cajones puede ser la siguiente, de derecha a izquierda:
- Cucharas soperas.
- Tenedores trincheros.
- Cuchillos trincheros.
- Palas y tenedores de pescado.
- Cucharas y tenedores de postre.
- Cuchillos de postre y mantequilla.
- Cucharas de café y de helados y cazos para sopas.
- Cubiertos especiales, como: tenedores de ostras, pinzas de caracoles, pinzas de marisco, etc.

1.6 Pedidos A Economato. Orden Limpieza Y Llenado De Neveras

PEDIDOS

Dependiendo del sistema de trabajo en cada establecimiento podemos encontrarnos que:
En los grandes establecimientos, al empezar la jornada ya estará elaborada la lista del género para retirar del economato y de la bodega, para cubrir las necesidades del servicio.


PROPUESTA DE PEDIDO
N.º
a la Casa
Población
TOTAL

Esta lista se elabora el día anterior antes del cierre por la persona responsable, teniendo en cuenta lo consumido ese día. Este es el caso de los establecimientos hoteleros, que cuentan con un almacén de economato y bodega, el cual cubre las necesidades de los diferentes departamentos.

En establecimientos más pequeños, en los cuales el almacén del economato y de la bodega están al cargo de los propios empleados del bar, el pedido y reposición de género se hace en el cambio de turno, o bien, al comienzo de la nueva jornada.

Para hacer un pedido a economato habrá que rellenar una hoja de pedido donde se detallen las bebidas o productos que se necesiten. La hoja de pedido es una herramienta indispensable para el control de costes. Su utilización mantendrá todos los inventarios al día.

DOCUMENTOS USADOS PARA LA REALIZACIÓN DE PEDIDOS A ECONOMATO

Comandas.
Las comandas de cada servicio son recogidas al final de la jornada y cotejadas con el relevé y el control de las existencias. Además, se entregarán a administración, para que se comprueben las mesas comandadas con las cuentas cobradas.

Releves
Parte de consumo del día. Diferencia entre el inventario inicial y el Stock final de la jornada. Se hará recuento de los productos que se han consumido durante cada jornada, de ese modo se tiene un control estricto sobre el gasto diario de materiales.

Vales
Es un documento con papel de copia, por el que se hace el pedido al Economato, o a otros departamentos del establecimiento.

Hay establecimientos que funcionan a base de vales, cada vez que se introduce o se saca algún género de su lugar de almacenamiento se hace a través de un vale. Estos se guardarán y se cotejarán con los inventarios y los releves para detectar posibles descuadres en el gasto**.**



ORDEN LIMPIEZA Y LLENADO DE NEVERAS

La limpieza externa se efectuará a diario con un paño, poniendo especial atención en las guías de las puertas correderas en el caso de los botelleros.

Periódicamente se realizará la limpieza interna de neveras y botelleros, para lo que primeramente se desenchufará y vaciará procediendo a la limpieza de las superficies internas con un paño humedecido en agua y jabón.

Botelleros

A diario se repondrá el género gastado (cerveza, refrescos, vinos, etc.) y pasaremos un paño a las botellas antes de colocarlas en el interior.





Cuando se vaya a realizar el rellenado, primeramente, vaciaremos las cámaras para colocar en el fondo el producto nuevo y en la parte superior el más antiguo y frio. (FIFO)

Si alguna botella llegara a romperse, tendremos que vaciar el botellero y retirar todos los cristales para evitar cualquier accidente.

Cámaras frigoríficas

No deben mezclarse, por ejemplo, materias primas con productos elaborados, ni productos de origen vegetal con los de origen animal, excepto si están envasados.

Lácteos, huevos, aves, carne de caza o pescados y mariscos son productos de origen animal que deben almacenarse aislados.

Los vegetales, se deben guardar por separado.

En el caso de la carne, como la de ave, no debe olvidarse que es muy perecedera, por lo que es muy importante mantener la cadena del frío desde el momento del sacrificio hasta que llega al consumidor.



NORMAS HIGIÉNICO SANITARIAS BAR

Todo establecimiento hostelero deberá cumplir unas normas de obligado cumplimiento. Desde el aspecto higiénico sanitario los establecimientos de hostelería que sirvan comidas y/o bebidas para proteger la salud y los derechos de todos los clientes y usuarios de tales servicios, se regirán por el **Real Decreto 3484/2000 de 29 de diciembre** principalmente, por el que se establecen las normas de higiene párala elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.

Aun así, cada comunidad autonómica tiene sus propias regulaciones higiénico – sanitarias, de las cuales algunas son comunes para todas

Las áreas principales de un bar-cafetería son:

- Zona de la barra.
- Cocina.
- Almacén.
- Vestuarios y aseos del personal.
- Zona de uso público.
- Cuartos de basura.

Zona de la Barra

En esta zona se deben tener en cuenta algunas cuestiones como las siguientes:

- El suelo será antideslizante e impermeable se intentará que sea fijo para que no se acumule suciedad en determinadas zonas.
- Si no existe una zona de *office*, debe tener un lavavajillas con desagüe automático después de cada lavado y agua caliente a 82 ºC como mínimo.
- Contará a su vez con un fregadero y lavamanos que tenga agua fría y caliente. De esta manera se podrán evitar algunas enfermedades como la hepatitis. El lavado a altas temperaturas aniquila la mayor parte de los gérmenes contaminantes del organismo humano.
- El uso del microondas está permitido puesto que el alimento se cocina en una atmósfera cerrada.
- Cualquier alimento que se exponga en la barra estará siempre tapado y en vitrinas frigoríficas en el caso de necesitar frío. Es importante tener en cuenta que, aunque un alimento no necesite frío, debe estar tapado.
- Nunca se deben mezclar los alimentos crudos con los cocinados, ya que se pueden de esta manera contaminar las comidas que se elaboren.

Los bares, cafeterías, restaurantes y similares dispondrán de agua potable corriente fría y caliente, en cantidad suficiente para cubrir sus necesidades y con el número preciso de tomas según las exigencias de cada dependencia.



Toda la maquinaria y equipos destinados a estar en contacto con los alimentos, cumplirán los siguientes requisitos:

- Estarán construidos e instalados de manera que se permita su correcta limpieza y desinfección, y estarán autorizados para uso alimentario.
- Serán de materiales inocuos, no absorbentes y resistentes a la corrosión, y que no transmitan a los alimentos propiedades nocivas ni cambien sus características organolépticas.
- Las superficies de escaparates, estanterías y mesas de trabajo que entren en contacto con los alimentos, estarán construidas de material liso, no poroso o absorbente, anticorrosivo y de fácil limpieza y desinfección.
- Además, cumplirán lo establecido en la normativa de materiales en contacto con los alimentos.
- Quedan expresamente prohibidas las superficies de madera.

Cocina

La cocina estará aislada y diferenciada. Excepcionalmente se admitirá la sectorización de la zona en función de las manipulaciones que se realicen y, siempre que se justifique que no existe circulación incontrolada del aire.

En la cocina se diferenciarán las siguientes zonas:

- zona de cocción,
- zona de preparación de alimentos,
- zona de lavado y almacenamiento de vajilla
- zona para el paso de comidas de cocina a comedor y de vajilla sucia a cocina.

Se requerirá la instalación de lavamanos de acción no manual, próximos a los puestos de trabajo y dotados de agua potable fría y caliente, jabón líquido y toallas de un solo uso.

Instalación de lavavajillas para la higienización de útiles con agua caliente a 82ºC y con desagüe automático después de cada lavado.

Contará de fregaderos de tamaño adecuado, destinados a la limpieza de útiles, dotados de agua potable fría y caliente, siendo instalaciones independientes de los lavamanos.



Los equipos frigoríficos de refrigeración o congelación, o los de conservación en caliente deberán ser de materiales inocuos, no absorbentes y resistentes a la corrosión, de fácil limpieza y desinfección, y autorizados para uso alimentario. No transmitirán a los alimentos propiedades nocivas ni cambiarán sus características organolépticas.

Los equipos de conservación de alimentos tendrán capacidad suficiente y estarán provistos de un sistema de control y medición de temperatura colocada en lugar visible

Almacén.
El almacenaje de alimentos y productos alimenticios, se realizará exclusivamente en los almacenes, mediante anaqueles o estanterías con una altura mínima de 2¨50 metros. Las estanterías serán de material resistente, impermeable, y de fácil limpieza y desinfección.



En los almacenes no podrán instalarse motores o máquinas que conlleven un incremento de temperatura ambiental, suciedad o interferencia en las labores de limpieza. Las uniones entre paramentos verticales y horizontales serán redondeadas.

Vestuarios y aseos del personal
Estarán equipados con lavabos de grifo accionado por pedal o codo, agua caliente y fría, dosificador de jabón accionado por botón, cepillo de manos de cerdas duras y dispensador de toallas de papel de un solo uso con cubo de tapa.

El agua debe de provenir de una red de abastecimiento controlada por las Autoridades Sanitarias y cumplir con la potabilidad de ésta y su clorado oportuno para así evitar problemas relacionados con este elemento (legionelas, etc.).

Dependiendo de las dimensiones del local el espacio será el siguiente:

- Establecimientos de 100 m o inferiores: una taquilla por trabajador fuera del área de cocina.
- Entre 100 y 200 m: dispondrá de un área de 6 m como mínimo para vestuario y taquillas.
- Establecimientos de más de 200 m: tendrán un espacio superior a los 10 m como mínimo, aseos con ducha e inodoro además de taquillas y separados por sexos.



Zonas de uso público

- Los servicios higiénicos para señoras y caballeros, estarán completamente independizados, disponiendo de ante servicio.
- Además, las paredes, suelos y techos serán de material impermeable, de fácil limpieza y desinfección
- Tener a disposición del cliente servilletas y palillos enfundados.
- Papelera con bolsa cerca de la barra para uso de los clientes.
- Mobiliario y decoración accesible y de fácil limpieza.
- Aseos con productos y limpios con lavabos para ambos sexos.
- Ventilación con ventana o extractores.
- Letreros de prohibido fumar y prohibida la venta y consumo de bebidas alcohólicas a menores de 18 años.

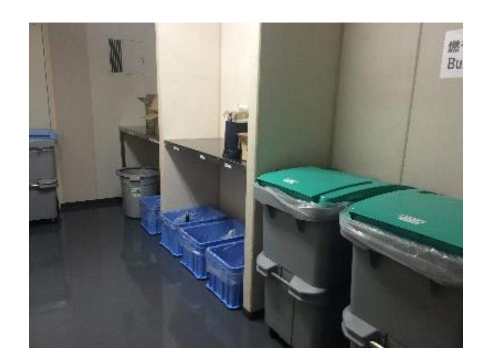
La ventilación

Natural o forzada será la adecuada, evitando corrientes de aire de zonas potencialmente contaminantes (WC, almacén de basuras, vestuarios) con aquellas en las que se elaboren o manipulen alimentos.

Las ventanas y huecos practicados para la ventilación en zonas de cocina, manipulación o guarda de alimentos, estarán cubiertos por rejillas o telas mosquiteras para evitar la entrada de insectos y roedores, altamente contaminantes, tanto de aquello que comen, tocan o por depositar sus heces o larvas.

Cuarto de basuras

Se hará fuera de la zona de manipulación de alimentos, en cubos con tapa y bolsas higiénicas al efecto



El cuarto de basuras estará cerrado siempre y dispondrá de un muelle de cierre automático de puerta, así como de refrigeración para evitar la multiplicación rápida de bacteria patógenas que a través de corrientes pudiesen afectar a zonas contiguas.

Limpieza

La mejor forma de asegurarnos una correcta limpieza y desinfección es la de elaborar un **Programa de Limpieza**, que debe de cumplir las siguientes premisas:

- Saber la frecuencia de limpieza y desinfección (hora y día de la semana).
- Personal responsable de la tarea de limpieza y control de ésta, reflejada en un soporte escrito.
- Productos de limpieza a utilizar (características y almacenamiento).
- Preparaciones previas a la limpieza (desmontaje de maquinaria, uso de guantes, retirada de alimentos).
- Tener asignados útiles de limpieza distintos para cada zona y evitar así contaminación cruzada**.** Como por ejemplo contaminar la cocina con fregonas que se utilizan para limpiar WC



1.7 Decoración Del Establecimiento Flores Y Otros Complementos

Las decoraciones florales son las más utilizadas a la hora de decorar una mesa, se suelen utilizar flores de temporada y que no den mucho olor para que no enmascaren los aromas de los alimentos.



Lo ideal es crear un conjunto armónico con distintos tipos de flores (margaritas, nardos, lirios, etc.), para ello utilizaremos recipientes de cristal, porcelana, etc., en concordancia con la decoración del local.

A la hora de realizar centros de mesa, estos variaran su tamaño o forma dependiendo del tamaño de la mesa o el evento que se vaya a realizar. También se suelen utilizar futas para realizar centros o bodegones.

Para el bar cafetería hay infinidad de ideas para su decoración:

- Principalmente, las decoraciones están basadas en la temática del bar y pueden ser muy diversas, ya que pueden ir desde lo más clásico y tradicional a lo más moderno y vanguardista.
- También ira acorde al tipo de clientela al que vaya destinado el local, un ambiente tranquilo o más dinámico.
- Hay establecimientos más elegantes y sofisticados o modernos y divertidos.
- Lo importante es que tengan un diseño creativo para que se mantengan vivos con el paso de los años.
- Se usan materiales diversos, incluso mezclas de ellos, como es el caso de la combinación del acero y la piedra, el cristal y la madera, etc.
- En un bar la decoración floral no será tan abundante como en un restaurante, siempre se debe tener alguna planta o flores naturales en algún jarrón o macetero.
- Es importante crear un buen ambiente que aleje a la clientela de su ambiente diario, ya que normalmente sentarse en la barra de un bar es un momento que invita a la relajación por unas horas en algunos momentos y por minutos en otros.
- Se tendrá en cuenta la ubicación del bar, no es lo mismo un bar de exterior que un bar de interior.
- En los bares de exterior se intentarán adaptarlos al ambiente que tenga (ya sea un jardín, una plaza o una calle).
- Los bares de interior son diferentes, ya que en ocasiones pueden incluir un área con sofás, con mesas de juego e incluso hasta con pista de baile.
- La iluminación será otro de los factores a tener en cuenta y como siempre, en la decoración, juega un papel de importancia.
- Se debe cuidar no solo la decoración e iluminación interior, sino que el exterior y la fachada también tiene mucha relevancia.



1.8 Preparación De Aperitivos. Mise En Place Del Servicio De Aperitivos

Se entiende como aperitivo la variedad de ofertas gastronómicas que todos los establecimientos ofrecen para acompañar la bebida solicitada por el cliente; sin embargo, hablar de aperitivo no es solo hablar de comida, sino que también un aperitivo es una bebida.

Aperitivos simples

Son todos aquellos que por facilidad de almacenamiento, preparación y servicio se ofrecen en la gran mayoría de establecimientos de bar y cafetería.

Dentro de este grupo pueden destacar:

1. Frutos secos.
2. Patatas fritas de bolsa.
3. Aceitunas.
4. Pulpo en conserva.
5. Berberechos en conserva.
6. Mejillones en conserva.
7. Anchoas en salazón.
8. Tacos de embutido y queso.
9. Boquerones.



Aperitivos compuestos

Los aperitivos compuestos son aquellos que precisan de una preparación más compleja. Dentro de este grupo destacan los canapés y tapas.

La tapa es una porción gastronómica que se sirve junto a una bebida, consumida como aperitivo. La función de la tapa es excitar el apetito.

Algunos ejemplos de tapas frías y calientes.

- **Pincho de queso de cabra con manzana**
- **Patatas bravas**
- **Pincho de langostino con salsa rosa**
- **Calamares rellenos**
- **Atún con cebolla caramelizada**
- **Calamares a la romana**
- **Pincho de ensaladilla**
- **Pescaito frito**
- **Tortilla de patatas**
- **Albóndigas con salsa**
- **Pulpo a la gallega**
- **Croquetas**
- **Ensaladilla rusa**
- **Gambas al ajillo**
- **Salpicón de marisco**
- **Pimientos rellenos**
- **Langostinos o gambas con mayonesa**
- **Brochetas de langostino**
- **Berenjenas fritas con miel de caña**
- **Bocaditos de lomo y queso**

El servicio de aperitivos

- Para el servicio de aperitivos sencillos se suelen utilizar platos o rabaneras metálicas o de loza, dependiendo del aperitivo.
- Para los aperitivos que lleven algún tipo de salsa, como berberechos, almejas, etc., se suelen colocar en una rabanera, y debajo de ella un lato, por si se derrama la salsa.
- A menudo, la mayoría de establecimientos suelen tener, sobre la barra y en las mesas de la sala, un aparato dispensador de servilletas o un plato de café con servilletas de coctel.
- Para el servicio de tapas, los platos utilizados son normalmente los de postre.
- Dependiendo del tipo de tapa y su contenido, el plato utilizado podrá cambiar.
- Los cubiertos para el servicio generalmente son tenedor y cuchillo de postre.
- No obstante, algunas tapas requieren de complementos especiales para su servicio, como en el caso del pulpo a la gallega que precisa un plato de madera, y los caracoles, que se marcan con un tenedor de caracoles o bien con palillos.



Aperitivos de bebida y servicio

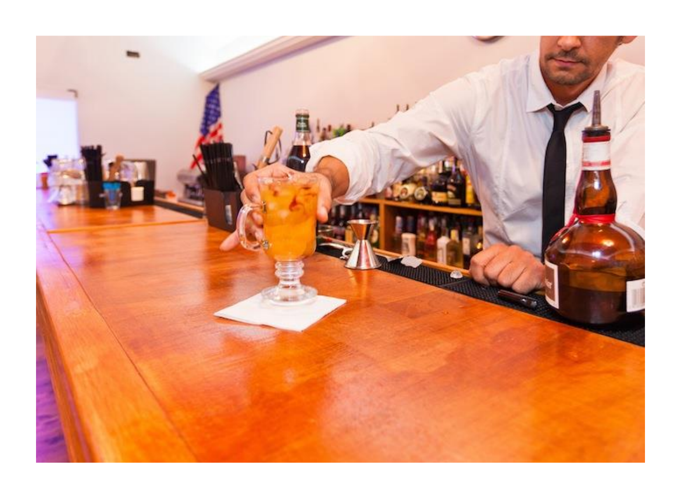
También como aperitivos debemos incluir cierto tipo de bebidas que se ofrecen al cliente para estimular su apetito y hacer tiempo mientras llega un determinado manjar.

Los aperitivos suelen ser bebidas secas, que se toman antes de una comida y que se pueden acompañar de frutos secos, aceitunas y tapas varias.

Entre los más importantes destacan:

- La cerveza.
- Los vermut y derivados.
- Los vinos generosos como el fino, la manzanilla, el oloroso, el amontillado.
- Cócteles como el Dry Martini o el Margarita.

Para el servicio de bebidas se usará la copa o vaso adecuado y en la barra se acompañará de posavasos.



1.9 Exposición De Preparaciones Culinarias En Vitrinas Y Mesas Expositoras Ubicadas En La Barra

Esta maquinaria está diseñada y fabricada de acuerdo con las normas de seguridad higiénicas sanitaria. La refrigeración deseada está entre 2 y 6 ºC.

El material de su fabricación es de acero inoxidable, aunque también caben destacar otros materiales como aluminio, plástico, metacrilato, etc.



Estas vitrinas tienen en su parte exterior unas bandejas que permiten fácilmente su extracción y la colocación de las distintas ofertas gastronómicas del bar que se deseen exponer.

La iluminación debe ser compatible con los alimentos, de forma que la energía no dañe el producto.

Existen diferentes tipos de vitrinas, que pueden medir hasta 4 m de largo y pueden tener de altura desde 0,50 cm hasta 1,40 m.

Su funcionamiento es muy sencillo, suele tener interruptor de puesta en marcha, un termostato de temperatura y un interruptor de encendido de la iluminación.

Su limpieza es muy sencilla, en primer lugar, se desconecta la máquina, se limpia su interior con un paño húmedo y jabón, y por último se pasa a su posterior secado**.**



UA 2. SERVICIO DE BEBIDAS APERITIVOS Y COMIDAS EN BARRA Y EN MESA

El servicio de barra es elegante y difícil, ya que se desarrolla frente al cliente, que podrá estar observando, por ello habrá que actuar de forma retajada y sin nerviosismo.

La característica de este servicio es su rapidez, pues podrá tomarse un refrigerio o comida en pocos minutos. El encargado de atender a esta clientela estará obligado a efectuar su servicio con mayor celeridad. El personal de la barra deberá ser amable, con buenos modos y con retentiva para recordar aquello que el cliente le demande.



Es fundamental establecer una zona de contacto con el personal encargado de la sala, sin molestar al cliente. Esta zona estará delimitada por un letrero en el que se pueda leer "**reservado para camareros**", de forma que haya un hueco libre para acercarse a la barra, y evitar molestar al cliente, así como las posibles manchas que pudiera ocasionarle al descargar los servicios en la barra.

Se deben retirar cuanto antes aquellos servicios ya usados por los clientes de la barra, o los allí depositados por los camareros al desbarasar las mesas. La barra deberá mantenerse siempre limpia, pasando un paño por su superficie al término de la estancia de un consumidor, o siempre que fuera necesario.

PRINCIPALES NORMAS DE SERVICIO EN BARRA

- Atender a la clientela según sea su orden de llegada para evitar así situaciones desagradables por favoritismo; principalmente cuando hay mucho trabajo y, ante una larga espera, un cliente es atendido antes que otro que lleve más tiempo en el establecimiento.
- Atender rápida y educadamente, con una sonrisa y si es posible, por el nombre de la persona, a la clientela.
- Intentar ejercitar la memoria y retentiva cuando un cliente realiza un pedido.
- Sería deseable que fuese capaz de recordar la cara de los clientes, y saber lo que consumen habitual mente, pudiendo agilizar la preparación y su servicio.
- Mantener posturas correctas en la barra, evitando, siempre que sea posible, Informar al cliente si un pedido va a tardar más de lo normal e intentar premiarlo.
- Intentar tener tema de conversación con los clientes que demanden atención, sin molestarlos, siempre y cuando no perjudique la marcha del trabajo.
- Cuidar en todo momento la higiene y presencia tanto del local como del personal.
- Está prohibido comer chicle, cantar, silbar, comer y beber. Y por supuesto fumar.
- Evitar discusiones con los clientes y entre el personal, sobre todo en presencia de otros clientes.
- Dar la cuenta al cliente lo más rápido que se pueda desde el momento en el que se solicite, entregando siempre el ticket en algún plato o elemento especial.
- Retirar los servicios usados cuando el cliente haya finalizado con su posterior transporte al office o lavavajillas en el menor tiempo posible.
- Mantener la barra limpia usando una bayeta destinada solo para ese uso.
- Despedir en la medida de lo posible al cliente, agradeciéndole su visita.

2.1 Servicio En Barra

El servicio de bebidas en barra se realizará usando posavasos con el anagrama del establecimiento para no mancharla barra.

Cuando un cliente solicita una bebida, muchos establecimientos usan diferentes aperitivos como cortesía que suelen ser gratuitos, como frutos secos, aceitunas, canapés, etc.



Las tapas y comidas se suelen acompañar de pan y se puede usar la barra limpia como mantel o usar *sets* o manteles individuales de tela o papel.

En muchos casos cuando se sirve comida en la barra, antes de traer la comida, habrá que montar el servicio de mantel individual, cubiertos, pan o panera y servilleta de papel o tela dependiendo de la categoría del establecimiento.

El servicio de bebidas en barra se realizará usando posavasos con el anagrama del establecimiento para no manchar la barra.

Son muchas las bebidas que se pueden servir en una barra entre las que caben destacar las siguientes:

- **Cafés e infusiones:** se sirven en la barra colocando el plato con la cucharita,
- dejando esta siempre debajo del asa. El azúcar o sacarina se pondrá en sobres individuales, a la izquierda del plato, en el lado contrario de la cuchara de café
- **Refrescos y zumos:** se sirven en barra con posavasos y acompañados de un pajero cuando se trate de niños/as.
- **Combinados:** se sirven en barra con posavasos para el vaso y para el botellín de refresco.

El servicio de comidas se realiza después del servicio de bebidas, ya que nunca se pondrá a un cliente un manjar sin tener algo para beber.

2.2 Servicio En Mesa

Éste servicio es más esmerado y cuidadoso que el efectuado en barra, pues la clientela que lo solicita suele disponer de más tiempo. Todas las consumiciones a servir en las mesas se transportarán en bandejas

El personal de la sala deberá dar tiempo a sus compañeros de barra para la preparación de los servicios solicitados.

Pueden estar vestidas con mantel de tela, sets o paños de tela o papel, o simplemente utilizando el tablero de la mesa que previamente se habrá limpiado con una bayeta destinada exclusivamente a ese fin.

Serán visibles desde la barra, para que el camarero/a pueda acudir cuando el cliente lo solicite, deberán estar numeradas, facilitando de este modo el servicio y la confección de sus correspondientes facturas.

La presentación de la factura se realizará utilizando una pequeña bandeja o plato, ofreciéndose al cliente la cuenta doblada. Una vez terminado el servicio, despediremos al cliente con cortesía

2.3 Servicio De Aperitivos De Bebidas

Las bebidas de aperitivos son aquellas que se ofrecen al cliente para estimular su apetito y hacer tiempo antes de comer. Los aperitivos suelen ser bebidas secas, que se toman antes de una comida y que se pueden acompañar de frutos secos, aceitunas y tapas varias.

Entre los más importantes destacan:

- La cerveza.
- Los vermut y derivados.
- Los vinos generosos como el fino, la manzanilla, el oloroso, el amontillado…

Normas para el servicio

- Todos los licores que no se sirvan con hielo se utilizará la copa de licor, si por el contrario llevase hielo se utilizará vaso rocas.
- Todos los Bitter tipo Campari se servirán en vaso tubo con hielo y media rodaja de naranja.
- Todos los brandys, cognacs, armagnacs y calvados se servirán en copa de balón de acuerdo a su calidad.
- Todos los vinos generosos (manzanilla, olorosos, amontillados, de jerez, etc.) se utilizará el catavino o copa de jerez.
- Los vinos oportos, se utilizará la copa de oporto, en su defecto el catavino o copa de jerez.
- Las cervezas se servirán en copa de cerveza o tubo.
- El vermut rojo se servirá en vaso tubo con hielo y media rodaja de limón, se le ofrecerá al cliente soda.
- El vermut blanco al igual que el rojo, se servirá en vaso tubo con hielo y guindas rojas o verdes.



2.4 Servicio De Aperitivos De Comidas

Se entiende como aperitivo la variedad de ofertas gastronómicas que todos los establecimientos ofrecen para acompañar la bebida solicitada por el cliente

Los aperitivos pueden ser:

- Tapas que pueden ser frías o calientes
- Patatas fritas de bolsa, aceitunas, embutidos y queso, conservas, frutos secos (almendras, avellanas, panchitos, etc.).
- También el canapé se puede considerar como un aperitivo selecto y perfecto, sobre todo en el bar americano y cafetería.

Para el servicio de aperitivos sencillos se suelen utilizar platos o rabaneras metálicas o de loza, dependiendo del aperitivo.

Generalmente los aperitivos que llevan algún tipo de salsa, como berberechos, almejas, etc., se suelen colocar en una rabanera, y debajo de ella un plato, por si se derrama la salsa; se marcan con tenedor de postre o palillos antisépticos, colocados en un palillero o en plato de café.

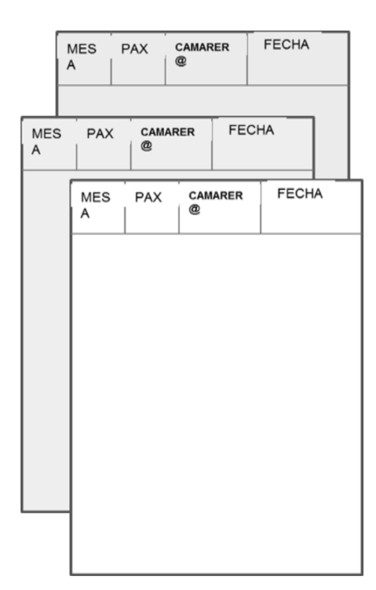
A menudo, la mayoría de establecimientos suelen tener, sobre la barra y en las mesas de la sala, un aparato dispensador de servilletas, ya sea metálico o de plástico. Lo normal es tener un plato de café con servilletas de coctel.

Para el servicio de tapas, los platos utilizados son normalmente los de postre. Dependiendo del tipo de tapa y su contenido, el plato utilizado podrá cambiar, los cubiertos generalmente son tenedor y cuchillo de postre.

No obstante, algunas tapas requieren de complementos especiales para su servicio, como en el caso del pulpo a la gallega que precisa un plato de madera, y los caracoles, que se marcan con un tenedor de caracoles o bien con palillos.



2.5 Toma De La Comanda



La comanda se compone de tres hojas, una original y dos copias. La original para el departamento de donde salga el producto, la primera copia para facturación y la segunda copia para el jef@ de rango.

Antes de comenzar a tomar nota de la comanda debemos de tener en cuenta que la comanda es la voz, la petición del cliente.

Debemos redactarla con mucha claridad para evitar cualquier error en cocina o en el bar, y en el propio servicio por no estar escrita con la suficiente claridad.

El orden que se debe seguir al tomar una comanda será el siguiente, dar preferencia a las señoras, empezando por las de más edad. Respecto a los caballeros, se seguirá la misma regla.

En cuanto a la forma de confeccionar una comanda indicaremos los puntos a seguir:

- Anotar la fecha.
- Número de mesa.
- Número de comensales.
- Tomar nota de las bebidas.
- Entregar la carta.
- Tomar la comanda completa a la mesa, este aspecto puede variar según el tipo de servicio del establecimiento, categoría, etc.



Cada vez es más común en los establecimientos hosteleros, la instalación de sistemas automáticos de comandas y de programas informáticos de gestión general del restaurante.

Los comandaros electrónicos, PDA, TPV u otros sistemas se están imponiendo por su versatilidad, rapidez y concisión, a la hora de detallar los platos y de enviar copias a todos los departamentos que las necesiten.

Estos sistemas tienen como ventajas, las siguientes:

- El ahorro de tiempo para el camarero al no tener que recorrer todas las dependencias dejando copias de la comanda.
- La rapidez con que llega a los diferentes departamentos, pudiendo empezar el servicio de barra y la elaboración de los platos casi inmediatamente a la elección por el comensal.
- La obtención de la factura de forma automática e inmediata, ya que todos los datos de la mesa están ya en el ordenador, y sólo hay que ordenar la cuenta.

2.6 Manejo De La Bandeja

Las formas más usuales de las bandejas son las circulares y las rectangulares. Las redondas son las más adecuadas para el servicio de bebidas, mientras que las rectangulares se suelen emplear para el servicio de cócteles o aperitivos y para el transporte de platos en algunos casos.

Se pueden encontrar bandejas hechas de nuevos materiales, más ligeros y duraderos o con algún sistema antideslizante, las más comunes suelen estar fabricadas en madera o metal con o sin asas.

La bandeja se llevará siempre en la mano izquierda apoyándola sobre la mano curvada, nunca sobre la palma.

Los dedos deben permanecer estirados: de esta forma, la mayor parte del peso recaerá sobre el músculo del dedo pulgar contribuyendo los dedos restantes al mantenimiento del equilibrio.

La mano derecha se utilizará sólo como ayuda cuando la situación así lo requiera, pero nunca se llevará una bandeja con las dos manos.

En cualquier caso, también es importante adquirir soltura al caminar, debiendo fijar la vista en los posibles obstáculos y no en a propia bandeja.

En cuanto a la carga de la bandeja, se realizará colocando lo más pesado hacia el cuerpo y la zona del antebrazo; hay que equilibrar los pesos de forma que la bandeja ofrezca seguridad de transporte por el buen reparto de las cargas.

Para retirar la bandeja de la barra, se cargará sobre la mano y brazo arrastrándola hasta quede bien acoplada y equilibrada.

No es conveniente recargar la bandeja: puede dar mala impresión al cliente, así como provocar la caída durante su transporte. Siempre es preferible dar más viajes**.**



2.7 Servicio De Café E Infusiones

CAFÉ
El café se obtiene de los granos tostados y molidos de la semilla de la planta del café. Un fruto parecido a una CEREZA, que nace de un arbusto llamado CAFETO que pertenece a la familia de las rubiáceas. La bebida se obtiene por infusión del café molido en agua caliente.



Para el servicio de cafés utilizaremos el servicio completo de taza, platillo y cuchara, según el tipo de café a servir.

Tipos de café según su fabricación
Café tueste natural: proceso de tostado al que se somete el café verde y mediante el cual se desarrollan el sabor y aroma.

Café torrefacto: Se tuesta el grano añadiendo un 15% como máximo de azúcar, durante el proceso.

Café soluble: café que ha sido deshidratado, pese a que su aroma y sabor no se parecen mucho a los del café tradicional, goza de gran aceptación, en buena parte debida a la facilidad con que se prepara.

Café descafeinado: es un tipo de café al que se le ha reducido su cantidad de cafeína en un 97 %. Esto se consigue a través de una serie de procedimientos industriales.

También existen en el mercado otros productos que se utilizan como sucedáneos, tal y como las raíces de achicoria o la cebada malteada. Con ellos se consigue un aspecto similar al del café, pero no alcanza un sabor y aroma tan apreciables.

Entre las elaboraciones más conocidas de café, se pueden citar los siguientes:

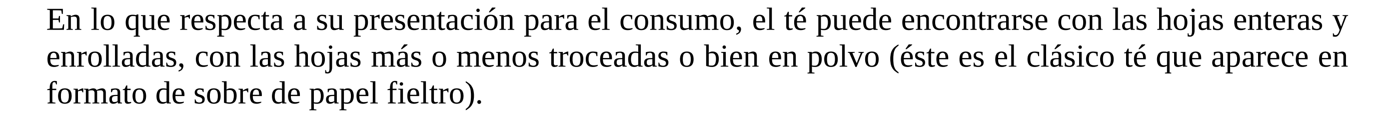
- **Café con leche:** en taza de café con leche obtener una mezcla de leche y café a partes iguales.
- **Café cortado:** en taza de café solo, un café solo con un poco de leche.
- **Café solo o moka:** es un café que se sirve en una taza pequeña o de café solo y puede ser más o menos largo a gusto del cliente.
- **Cappuccino:** es un café solo que se elabora en taza de desayuno, y se termina con espuma de leche.
- **Café vienés:** es un café solo en taza de desayuno y terminado con nata montada.
- **Carajillo:** en taza de café solo con unas gotas de brandy.
- **Café Irlandés:** en copa de café irlandés, se pone dos terrones de azúcar moreno, se calienta whisky irlandés con el vaporizador y se añade a la copa. Seguidamente se incorpora un café solo, mezclamos, y terminamos de llenar con nata semi montada.
- **Café Americano:** es un café sólo servido en una taza desayuno o infusión acompañada de una jarra de agua caliente, para que el cliente lo rebaje a su gusto.
- **Café bombón**: en taza de café con leche, café solo con leche condensada.
- **Café Royal:** en taza de café solo, poner un terrón de azúcar impregnado de Chartreuse amarillo y seguidamente se elabora el café sobre esta taza.

El TE

Es una de las bebidas más populares que existen en el mundo. De hecho, su consumo continúa creciendo. El té (Thea Sinensis) es una planta perenne de la familia de las camelias.

Según al proceso a que se somete el té, una vez recolectado, se pueden encontrar tres variedades básicas:

- **Té negro:** este tipo de té produce una infusión muy oscura, fuerte y con un sabor áspero. Para obtener el té negro, las hojas se dejan fermentar.
- **Té Oolong o semifermentado:** el procedimiento es muy similar al anterior, siendo algo menor el grado de fermentación. De este modo se obtienen tés menos coloreados y más suaves.
- **Té verde o sin fermentar:** el proceso consiste en ablandar las hojas con vapor, enrollarlas y posteriormente secarlas. De esta manera, el tanino, al no tener tiempo de oxidarse, produce un té pálido y poco amargo.



En lo que respecta a su presentación para el consumo, el té puede encontrarse con las hojas enteras y enrolladas, con las hojas más o menos troceadas o bien en polvo (éste es el clásico té que aparece en formato de sobre de papel fieltro).

Normas para el servicio

Previamente llenaremos la tetera con agua y después añadimos la bolsa, ya que la presión del agua al salir de la tetera podría romperla.

En cuanto al servicio del té u otra infusión, se realiza en una taza de infusión o de desayuno con su plato y cuchara y aparte el té o infusión en la tetera sobre un platillo.

Las formas más comunes de presentar el té son las siguientes:

- **Té solo:** té con agua solamente, en el interior de la tetera.
- **Té con leche:** té con agua, y se acompaña con una lechera aparte.
- **Té con limón:** té con agua caliente en tetera. Se acompaña rodaja de limón en platillo de pan.
- **Té a la americana:** té con leche caliente y una ramita de canela, dentro de una tetera.
- **Té frío o ice tea:** té servido en vaso largo con hielo, rodaja de limón y jarabe de azúcar o azúcar normal.

Otras infusiones

Entre las infusiones más conocidas se pueden citar el poleo, la manzanilla, la menta, la tila, el anís, el mate (muy consumido en Argentina), etc.



La elaboración y servicio de este tipo de infusiones son idénticos a los del té. La manzanilla, el poleo, la tila y las mentas se preparan directamente en la tetera. Si el cliente lo solicita, se acompañarán de una jarrita con agua caliente por si el cliente las quiere rebajar**.**

2.8 Servicio De Combinados

Normalmente se preparan en vaso de tubo o copa con una bebida alcohólica como base, y que se mezclan con otras que no lo son, como zumo de frutas, refrescos o agua gaseosa (soda, ginger-ale, tónica, etc.) y hielo.

Se emplean aguardientes como la ginebra el ron, el vodka, el whisky, etc., que son bebidas de alto contenido alcohólico obtenidas por la destilación de líquidos fermentados.

Estas son combinaciones que contienen gran cantidad de líquido y bastante hielo, por lo que sirven en vasos altos, de bordes rectos, cuya capacidad está entre 180 y 300 ml.

Para el servicio de combinados se utiliza generalmente los siguientes destilados.



GINEBRA. La ginebra se ha servido siempre en vaso long drink, como la mayoría de los combinados. Desde hace unos años se ha impuesto el servicio de los combinados de ginebra en copa balón. Las combinaciones de ginebra se suelen acompañar con una rodaja de limón e incluso con unas gotas de este zumo.

Las principales combinaciones son; Gin tonic, Gin lemon, Gin cola (Raf).

RON. Al igual que la ginebra, se puede servir en vaso long drink o en la tan de moda copa balón. Se suele acompañar con rodaja de naranja o limón dependiendo del sabor del refresco con que se acompañe.

Las principales combinaciones son: Ron Cola o Cubalibre, Ron con refresco de limón., Ron con refresco de naranja o su zumo, Ron solo en copa de balón (rones de mayor calidad).



WHISKY. El whisky suele servirse en un vaso on the rocks cuando se sirve solo, y en un vaso long drink, cuando se acompaña de otra bebida.
No se acompaña de decoración y se preguntará al cliente por la cantidad de hielos a poner en la copa. Los whiskys de Malta se suelen servir en copa de balón o vaso on the rocks y siempre se preguntará la cantidad de hielo que desea el cliente**.**

Las principales combinaciones son: Whisky cola, Whisky con soda, Whisky con agua, Whisky con ginger ale, etc.

VODKA. Dependiendo del país se bebe de muy distintas maneras, ya que en los países del este y en Rusia se toma solo, en vasitos pequeños y helados. También se toma combinado en vaso de long drink con zumo o refrescos**.**

Las principales combinaciones son: Vodka con zumo de naranja (destornillador). Vodka con Sprite o Seven up. Vodka con zumo de tomate (Bloody Mary)

Los combinados se decoran con media rodaja de cítrico, (limón o naranja) atendiendo al tipo de refresco a servir. Los combinados con whisky no llevan cítricos.

½ Rodaja de limón	Refrescos de cola Refrescos de limón Tónicas Ginger Ale
½ Rodaja de naranja	Refrescos de naranja



2.9 Servicio De Zumos Naturales Y Batidos

Zumos

Los zumos son los líquidos obtenidos al exprimir, licuar o triturar vegetales, y que generalmente son frutas y hortalizas, y que conservan su sabor aroma y sustancias.

Los zumos más habituales son los que se extraen de las frutas, si bien, a menudo se hacen con alguna hortaliza, como el tomate, la zanahoria, etc**.**

TIPOS DE ZUMOS

Cítricos: entre los que cabe destacar la naranja, el pomelo, la mandarina, el limón, etc. Este tipo de zumos se obtiene exprimiendo la fruta en un exprimidor específico (el de toda la vida) y suelen ser muy ricos en vitamina C.

Otras frutas, tales como piña, manzana, melocotón, uva, etc. Para obtener el zumo de frutas no cítricas frecuentemente se emplean las licuadoras, que a través de un sistema de centrifugado permiten extraer el zumo de hortalizas.



Los zumos se servirán con o sin hielo, a gusto del cliente y en copa de zumo. Los zumos embotellados están elaborados a base de agua, zumo de fruta (20%-40%), azúcar y otros productos autorizados.

Los zumos embotellados se deberán agitar antes de su servicio para mezclar la pulpa y el jugo. Se destaparán a la vista del cliente.

En el caso de los zumos de naranja natural y el de tomate se servirán sobre platillo acompañado de cucharilla de infusión.

Batidos
Para la elaboración de batidos, utilizaremos la batidora partiendo de helados, leche y jarabes o «siropes»

Un motor eléctrico hace girar a muchas revoluciones su brazo interno, que retransmite la velocidad a la fresa batidora, haciendo así posible una mezcla homogénea de los diversos ingredientes.

Cuenta con un vaso mezclador que se situará introduciendo el espárrago en su interior.

Es muy importante no llenar excesivamente el vaso mezclador, pues la inercia y la espuma que se produce en el líquido harían que éste se derramara. Debemos poner atención en su limpieza, con el fin de evitar la mezcla de sabores**.**

Los batidos se componen básicamente de leche y helado del sabor que vayamos a elaborar.



Es conveniente pone los siropes después de la leche, de esta toma evitaremos que queden pegados a la base del vaso de la batidora y nos quedara una mezcla más homogénea.

Dar tiempo a la batidora a que se mezclen y se disuelvan correctamente los ingredientes.

Cualquier toque decorativo de ingredientes deberá ser en todos los casos discreto y adecuado.

Otros batidos
También podemos elaborar batidos, con frutas y leche, nos dará como resultado una especie de mouse de fruta que además de ser muy sugestiva apenas nos proporciona calorías. Para la elaboración de estos batidos utilizaremos la batidora trituradora

La decoración deberá ser al menos parte de una de las frutas que le hayamos incorporado en la mezcla.

Servicio de zumos naturales y batidos
Se sirve en vaso o copa especial para este tipo de bebidas. Acompañar la bebida con pajitas bien en pajero o puestas en el vaso con la precaución de no tocarlas con las manos.

En ocasiones el batido es muy consistente y debe acompañarse con una cuchara de tamaño adecuado al recipiente en donde lo sirvamos.



2.10 Cocteleria

Se entiende por coctel la combinación de dos o más bebidas alcohólicas mezcladas a las cuales se les puede añadir otros ingredientes como zumos, refrescos, crema, etc. para obtener otra nueva con aspecto, aroma y sabor propios que la caracterizan.

Existen diferentes historias que explican no solo el nacimiento, sino la razón de su nombre. La palabra procede del inglés cock-tail que significa cola de gallo y la palabra original proviene del francés en el que "coq" se traduce como gallo y Tail como cola, porque era costumbre decorar estas bebidas con largas plumas de las colas de los gallos.



Se cuenta que durante las peleas de gallos que se organizaban en los Estados Unidos, se les daba de beber una mezcla de bebidas alcohólicas antes de los combates.

La coctelería es una técnica de combinación de bebidas, sean éstas alcohólicas o no, elaboradas bajo unos parámetros más o menos establecidos, en la que se persigue el perfecto maridaje de sus ingredientes, obtener un color agradable y una decoración acorde a la presentación del mismo.

Puesta a punto estación central

La estación central es el lugar de la barra o mostrador donde se ponen aquellos elementos que se precisarán para la preparación de los cócteles. De esta manera, los clientes sabrán que en el establecimiento se elaboran cócteles.

Para su montaje se coloca un paño sobre el mostrador, componiendo una forma bien sea triangular, cuadrada o romboidal, y sobre el que se irán situando los distintos ingredientes y elementos que se necesitarán en la elaboración de los cócteles, con un arreglo armonioso.

La estación central se suele componer de pimentero, gotero, salero, pajero, palillero, vaso mezclador, cucharilla mezcladora, pasador (o gusanillo), cubo de hielo y, por supuesto, la coctelera.

Además de todo esto, se suelen disponer en platillos cebollitas, azúcar de distintos tipos, zeste (de naranja y de limón), rodajas de cítricos, y, asimismo, frascos de Tabasco y salsa Perrin’s.



Utensilios

Goteros o biteros



Se utilizan para servir en pequeñas dosis determinados licores o bebidas con las que se realiza el cóctel pues sólo se vierte una cantidad mínima para dar un ligero aroma o gusto al conjunto.



Los licores más empleados son goteros suelen ser la angostura, el curaçao, la granadina, menta, etc.

Coctelera clásica



Se emplea cuando se requiera una mezcla homogénea, mediante un agitado enérgico por lo general, de los distintos líquidos e ingredientes que lo compongan. Suelen fabricarse en acero inoxidable.

Se compone de tres partes: el vaso donde se vierten los líquidos, el cubre vaso que lleva incorporado un filtro, por lo que puede prescindirse del colador o gusanillo y el cubre boca que cierra la coctelera e impide que el líquido salga**.**

Coctelera Boston



Está formada por dos vasos, uno metálico y otro de cristal de diámetro más pequeño.

Cuando se bate, el metal se contrae por el efecto del frío y queda herméticamente cerrada, aunque hay que asegurarse siempre que el cuerpo de cristal esté arriba.

No debe confundirse su similitud con la coctelera cubana, formada por dos vasos metálicos iguales que encajan.

Vaso mezclador



El vaso mezclador se usa en aquellos casos en que los ingredientes empleados no necesitan ser agitados en exceso para su mezcla, pues son poco densos. Estos vasos están fabricados en cristal.

Cucharilla mezcladora o pilón: Es una cucharilla con mango largo, que se utiliza para remover los líquidos que se vertieron en el vaso mezclador. Es de acero inoxidable.

Pasador, gusanillo o colador de muelle. Este utensilio sirve para impedir que el hielo o algún ingrediente, pasen a la copa en el momento de servirla al cliente.

Cubitera y pinzas o pala de hielo



Las cubiteras deben estar situadas con hielo en una zona de la barra que facilite el servicio. Deben renovarse siempre que el hielo se deshaga y deben mantenerse en perfecto estado de limpieza.

Las pinzas de acero inoxidable las utilizaremos para coger los hielos y nunca debe hacerse con las manos. No debemos olvidar la pala de hielo, usada principalmente en la coctelería acrobática o en bares con mucha salida de cócteles, donde se necesita un servicio más rápido.

Otros utensilios

Además de los descritos, hay otros utensilios como:

- **Sacacorchos:** de infinidad de tipos y es usado no solo para abrir las botellas de vino, sino también las de refrescos.
- **Puntilla:** cuchillo pequeño terminado en punta para cortar principalmente frutas y verduras. Se usa también para hacer twists o zestes.
- **Saca bolas:** sirve para extraer de las frutas bolas que luego servirán como decoración o complemento de un cóctel.
- **Pelador**: para pelar frutas, verduras e incluso hacer un twist.
- **Acanalador:** para hacer las espirales en los cítricos muy usadas en la decoración.
- **Maza de mortero:** para machacar hojas y frutas, como por ejemplo en el mojito.
- **Exprimidor:** para exprimir zumos de los cítricos**.**
- **Jarra de Cristal:** se usan para verter dentro zumos, agua u otras bebidas. Hay de diferentes tamaños. De un litro, de medio litro y de 0,25 litros.
- **Medidor o jigger:** para medir las cantidades de las mezclas.

Especias y frutas

- Pimentero.
- Salero.
- Pajero.
- Palillero.
- Rallador de nuez moscada.
- Perrin's.
- Tabasco.
- Azúcar.
- Cebollitas.
- Aceitunas.
- Guindas rojas.
- Guindas verdes.
- Rodajas de limón.
- Rodajas de naranja.



Elaboración En Coctelera

La función de la coctelera es la de batir y mezclar muy bien los ingredientes, tres bebidas o más, disolver azúcar o ingredientes que necesiten un batido enérgico.

Hay que agitar la coctelera entre diez y veinte segundos (depende del tipo de coctel que se esté preparando; si, por ejemplo, lleva una yema de huevo, la batirás más tiempo). El frío transmitido a través de las paredes del metal indica que la mezcla está a punto.

El movimiento de brazos debe ser vigoroso y rítmico: de arriba abajo, de delante a atrás, y no sobrepasar los límites que marcan el pecho y cabeza. El resto del cuerpo debe estar relajado y sin movimiento, no hay que descoyuntarse.

Con la mano izquierda tienes que cubrir el primer y segundo cuerpo de la coctelera, mientras con la derecha haces lo mismo con el primer y el tercer cuerpo, pasando por el segundo, cubriendo la tapa con el dedo pulgar.

Normas para su correcta utilización:
Antes de elaborar el coctel realizar una correcta Mise en place de todas las bebidas e ingredientes a utilizar junto con la decoración y tipo de vaso o copa donde se vaya a servir.
A tener en cuenta:

- Comprobar que quede bien cerrada.
- No introducir dentro bebidas con gas.
- Evitar darle golpes si costase mucho abrirla.
- Usar hielos de buena calidad siempre bien compacto que no agüen el cóctel.
- Dejarla abierta siempre y cuando no esté usándose.

Incorporar los ingredientes en la coctelera en el siguiente orden:

- Bebidas de mayor proporción en la mezcla o con una graduación alcohólica mayor. En el caso de que las medidas sean iguales, se comenzará vertiendo las menos densas.
- Zumos, licores.
- Aromatizantes (tabasco, salsa Perrin's).
- El azúcar si se hace en estado puro es conveniente hacerlo al principio, en el caso de usarla líquida, puede hacerse al final.
- Cerrar perfectamente la coctelera y batir enérgicamente.



Servir el cóctel evitando en no llenar la copa hasta el borde para que el cliente pueda cogerla sin riesgo de sufrir manchas.

Poner la decoración en el caso de que la lleve, las pajitas y los sticks o removedores.

Al terminar, colocar todo el material en su sitio, dejándolo todo en perfecto estado de limpieza. Limpiar y secar la coctelera después de su uso

Elaboración En Vaso Mezclador

Tener el vaso mezclador en la estación central siempre con hielo, para que cuando se use tenga una temperatura de frío adecuada.

Antes de comenzar a preparar un cóctel, escurrir, usando el pasador, el agua que se hubiera formado al licuarse el hielo por la temperatura ambiente**.**

Incorporar los ingredientes en el siguiente orden:

- Aromatizantes (gotas de angostura, golpe de Martini Dry, etc.).
- Bebidas de mayor proporción en la mezcla o con una graduación alcohólica mayor. En el caso de que las medidas sean iguales, se comenzará vertiendo las menos densas.
- El azúcar si se hace en estado puro es conveniente hacerlo al principio, en el caso de usarla líquida, puede hacerse al final.



Utilización del vaso mezclador:

- Enfriar previamente y retirar el agua formada por los hielos.
- Sujetar el vaso mezclador con la mano izquierda por la parte superior sin tapar la parte por donde verteremos el cóctel.
- Mezclar los ingredientes con la cucharilla.
- Colocar el pasador para sujetar los hielos y servir.

Cócteles Combinados Directos

Algunos cócteles no necesitan del uso del vaso mezclador o de la coctelera y se elaboran directamente en el recipiente que se vaya a servir.

Haremos directos las bebidas que no sea necesario agitar, las que en su composición lleven refrescos y vayan acompañados con grandes cantidades de hielo y las que en su composición solo figure una bebida poco densa y se termine con otra fácil de mezclar.

Los más populares son los combinados, bebidas compuestas de un licor o destilado como base, y mezclada con refresco, zumo, agua, soda u otra bebida carbonatada.



RECETARIO COCTELERIA

COCTELES CON RON

MOJITO



4 cl. de ron blanco cubano
3 cl. de zumo de lima
6 ramas de menta
2 cucharadas de azúcar
Hielo picado o en cubitos
Soda
Elaboración: Directamente en el vaso
Servicio: Vaso de combinación



PIÑA COLADA



Hielo
3 cl. de ron blanco
9 cl. de zumo de piña natural
3 cl. de leche de coco
Elaboración: coctelera
Servicio: Copa Hurricane

DAIQUIRI



4.5 cl. de ron blanco
2.5 cl. de zumo de lima
1 cucharadita de azúcar o almíbar
1.5 cl. de jarabe de frutas (fresa, plátano, piña, etc.)
Hielo
Elaboración: Coctelera
Servicio: Copa coctel o Martini
Decoración: Twist o zeste de limón

BACARDI



4.5 cl. de ron blanco Bacardi.
2 cl. de zumo fresco de lima.
1 cl. de granadina
Hielo
Elaboración: Coctelera
Servicio: Copa Martini
Decoración; Rodajita de limón

COCTELES CON GINEBRA
MARTINI COCTAIL
Hielo
7´5 cl de Ginebra.
1´5 cl de Vermouth seco.
Elaboración: vaso mezclador
Servicio: Copa Martini
Decoración: Aceituna o zeste de limón



NEGRONI
Hielo
30ml de Ginebra.
30ml de Vermouth dulce
30ml de Campari
Soda (opcional)
Elaboración: vaso mezclador
Servicio: Vaso de combinación con hielo
Decoración: rodaja de naranja



WHITE LADY
Hielo
2/4 de Ginebra.
1/4 de Cointreau.
1/4 de zumo de limón
Elaboración: Coctelera
Servicio: Copa coctel o Martini
Decoración: Rodaja de limón



GIN FIZZ
5 cl Ginebra
3 cl Zumo de limón
1 cl Azúcar líquido
Terminar con soda
Elaboración: Coctelera
Servicio: Vaso de combinación
Decoración: Rodaja de limón y guinda roja



COCTELES CON VODKA

COSMOPOLITAN

Hielo
3/5 vodka
1/5 Cointreau
1/5 de zumo de lima o limón
2/3 de zumo de arándanos
Elaboración: Coctelera
Servicio: Copa Martini
Decoración: Rodaja de limón y/o espiral



BLOODY MARY



Hielo
1/3 de vodka
2/3 de zumo de tomate
3 gotas de Perrin´s
3 gotas de tabasco
1 golpe de zumo de limón

SEX ON THE BEACH



Hielo
2/6 de vodka
1/6 de licor de melocotón
2/6 de zumo de naranja (natural mejor)
2/6 de zumo de arándanos (o granadina)
Elaboración: Coctelera
Servicio: Copa
Decoración: Rodaja de naranja y guindas rojas

WHITE RUSSIAN



Hielo
1/3 de Vodka
1/3 de crema de cacao
1/3 de nata líquida
Elaboración: Coctelera
Servicio: Vaso Old fashioned
Decoración: Terminar con nuez moscada

COCTELES CON TEQUILA
MARGARITA
Hielo
3,5 cl de tequila
2 cl de Cointreau u otro triple seco
1,5 cl de jugo de lima o limón fresco
Elaboración: Coctelera
Servicio: Copa Coctel
Decoración: Escarchar la copa con limón y sal.



TEQUILA SUNRISE
Hielo
7 cl de zumo de naranja
4 cl de tequila añejo
Un chorrito de granadina
Elaboración: Directo
Servicio: Vaso alto con hielo
Decoración: Rodaja de limón y guinda



TEQUILA SOUR
Hielo
6 cl de tequila
1´5 cl de jugo de limón
1 cucharadita de azúcar por trago.
Elaboración: Coctelera
Servicio: Copa Coctel
Decoración: rodaja de limón y guinda



PALOMA
Hielo
4/5 de refresco de naranja
1/5 de Tequila
Zumo de limón
Elaboración: Directo en vaso
Servicio: Vaso alto con hielo
Decoración: escarchar el vaso con limón y sal, rodaja de limón. Terminar con pizca de sal



COCTELES CON WHISKY

OLD-FASHIONED WHISKY



Hielo
1 terrón de azúcar
Angostura
Soda
6 cl de Whisky
Elaboración: Directo en vaso
Servicio: Vaso Old fashioned
Decoración: Rodaja de naranja y guinda (opcional)

MANHATTAN



Hielo
5 cl de Whisky canadiense.
2 cl de Vermouth seco.
1 golpe de Angostura (Opcional)
Elaboración: Vaso mezclador
Servicio: Copa Martini
Decoración: Guinda roja

RUSTY NAIL



Hielo
6 cl de Whisky escocés
3 cl de Drambuie
Elaboración: Coctelera
Servicio: Vaso Old fashioned con hielo
Decoración: Zeste de limón

ROB ROY



Hielo
6 cl de whisky escocés
3 cl de vermú rojo
1 gota de angostura
Elaboración: Vaso mezclador
Servicio: Copa Martini
Decoración: Guinda roja

COCTELES SIN ALCOHOL

SAN FRANCISCO



Hielo
1/4 Zumo de naranja
1/4 Zumo de limón
1/4 Zumo de piña
1/4 Zumo de pomelo
1/4 de Granadina
Elaboración: Coctelera
Servicio: Vaso alto o copa balón escarchada y con hielo
Decoración: Rodaja de naranja y limón. Guinda roja

SHIRLEY TEMPLE



Hielo
90 ml de Ginger Ale, o Seven Up o Sprite
60 ml de jugo de naranja
1 chorrito de granadina
Elaboración: Coctelera
Servicio: Vaso alto con hielo, terminar con ginger ale
Decoración: Rodaja de limón. Guinda roja

CINDERELLA



Hielo
1/3 de zumo de limón.
1/3 de zumo de naranja.
1/3 de zumo de piña.
Elaboración: Vaso mezclador
Servicio: Vaso tumbler
Decoración: Rodajas de limón y de naranja, trocitos de piña, una guinda roja y una espiral de pomelo

FRUIT LEMONADE



Hielo
2/5 de zumo de limón
2/5 de zumo de naranja
1/5 de jarabe de grosella
Elaboración: Coctelera
Servicio: Vaso alto con hielo, terminar con Sprite
Decoración: Rodajas de naranja, otra de limón, una guinda roja.

2.11 Diferentes Elaboraciones Culinarias En El Bar Cafetería Y Su Servicio.

Sándwiches Y Ensaladas

Sándwiches

Emparedado hecho con dos o más rebanadas de pan de molde entre las que se colocan jamón, queso, embutidos, vegetales u otros ingredientes.

Tanto los fríos como los calientes, deben llevar el pan ligeramente tostado, para evitar que las salsas lo humedezcan y acaben perdiendo prestancia.

En caso de sándwiches que van a estar cierto tiempo preparados antes de su de gustación, el tostado no debe ser excesivo, ni las salsas demasiado acuosas.



Los sándwiches son presentados normalmente en platos de postre. Cuando están hechos con pan de molde se suelen cortar por la mitad en forma de triángulo.

Suelen ir acompañados, además, por unas rodajas de tomate, unas hojas de lechuga, unas aceitunas, pepinillos, patatas fritas, etc., dispuestos de forma armoniosa, sirviendo a la vez como guarnición o acompañamiento y decoración.

Haremos de nuevo una observación en cuanto a este tipo de preparaciones: generalmente frías son presentadas en algunas de sus variedades, con el pan tostado y los ingredientes interiores, según los casos, templados.

Y en otras ocasiones solamente será el pan el que se tueste y los ingredientes internos, dadas sus características, serán incorporados en frío (lechuga con mahonesa, salmón ahumado, etc.)

Los sándwiches calientes se confeccionan en el momento que van a ser consumidos, ya que el pan tostado una vez frío tiende a resecarse.

Casi siempre el pan es untado con mantequilla, para quede más jugoso y, en muchos de los casos, también para ayudar a que los ingredientes interiores queden unidos.

Cuando los sándwiches no son consumidos al momento, éstos no suelen ser tostados.

Para que resulten jugosos se suele incorporar en el interior del pan junto a los demás ingredientes una salsa (mahonesa, rosa, mezclada con juliana de lechuga, zanahoria rallada, etc.), o bien una mantequilla compuesta



En la preparación del sándwich cuidaremos:

- Evitar coger los alimentos con la mano, tomando los géneros con ayuda de pinzas.
- Si el sándwich tiene dos o más pisos, se sujeta con palillos para que no se desmorone.
- Los que llevan queso, cuando son calientes, deben quedarse al calor hasta que se derrita
- Las salsas se incorporarán al sándwich en el último momento o fuera de la plancha (en el caso de ser crujientes).
- Su composición debe estar predeterminada y ser siempre la misma. Es decir, que, si por ejemplo el Sándwich Club lleva tres lonchas de bacón, deben ser siempre tres, no un día una. otro día dos, etc.

Recetario Sándwiches



MIXTO

Ingredientes:

Dos rebanadas de pan de molde, loncha de jamón de York, loncha de queso y mantequilla en pomada.

Elaboración:

- Untar las dos rebanadas de pan con la mantequilla en pomada y dorarlas en la plancha.
- Colocar encima da una de las rebanadas las lonchas de jamón y queso hasta que este esté fundido.
- Juntar las dos partes y servir cortado en diagonal, formando dos triángulos.



SÁNDWICH VEGETAL

Ingredientes:

Dos rebanadas de pan de molde, mantequilla en pomada, una hoja de lechuga, rodajas de tomate, cebolla en rodajas, pepinillo, espárrago blanco, huevo duro laminado y salsa mahonesa

Elaboración:

- Dorar en la plancha por una cara las rebanadas de pan untadas con la mantequilla.
- Mientras se dora el pan, montar en una de las rebanadas los ingredientes por este orden: lechuga, tomate, cebolla, pepinillo, espárragos, huevo duro y por último justo antes de juntar los panes terminar con una cucharada de mahonesa.

SÁNDWICH CLUB

Ingredientes:

Tres rebanadas de pan de molde, lámina de bacón, tiras de pechuga de pollo, lechuga, tomate, huevo duro, mahonesa y mantequilla en pomada**.**



Elaboración:

- Colocar las tres rebanadas en la plancha, dos de ellas e untadas con mantequilla por una de las caras, que serán las que queden al exterior del sándwich una vez terminado.
- Echar a la plancha la lámina de bacón y las tiras de pollo y una vez dorado montar encima de una de las rebanadas de pan.
- Encima del pan que no ha sido untado con mantequilla, cubrir con la lechuga, el tomate, el huevo duro y la mahonesa y colocar esta rebanada con sus ingredientes encima de la anterior que contiene el bacón y el pollo.
- Cerrar el sándwich con la tercera rebanada y sujetar con cuatro palillos en cada uno de los lados y cortar en cuatro porciones en forma triangular.

SÁNDWICH CON HUEVO

Ingredientes:

Cualquier sándwich caliente se le puede añadir un huevo a la plancha**.**



Elaboración:

- Untar la plancha con un poco de mantequilla, colocar sobre ella un molde especial para la elaboración de huevos plancha para sándwich.
- Cascar el huevo y situarlo dentro del molde, para que se haga manteniendo esa forma.
- Hacer un agujero del tamaño de la yema de huevo en uno de los panes, que situaremos en la parte de arriba del sándwich para que no se aplasto.

Servicio

El servicio de los sándwiches debe ser un plato de postre, acompañado de cuchillo y tenedor de postre.

Es conveniente tener en cuenta ofrecer al cliente sal y pimienta, cátsup, mostaza, etc., según el tipo de sándwich solicitado.



Ensaladas.

Se puede definir como ensalada a, aquella preparación gastronómica que se puede preparar con gran variedad de hortalizas, legumbres y otros alimentos culinarios como pueden ser carnes, pescados, etc., y que se terminan sazonándolo y aderezando de una manera simple o utilizando salsas. Las ensaladas se pueden servir como guarnición, como plato principal o de acompañamiento.

CLASIFICACIÓN

- **Ensaladas simples:** Son las más sencillas de preparar. Están compuestas únicamente por dos o tres alimentos, que suelen ser hortalizas crudas. Aquí incluiríamos, por ejemplo, la tradicional ensalada de lechuga, tomate y cebolla.
- **Ensaladas mixtas:** Son ensaladas más elaboradas en las que se utiliza un mayor número de ingredientes, en ocasiones una mezcla de alimentos de origen vegetal con otra procedencia animal. En ellas las hortalizas o verduras pueden estar acompañadas de alimentos pertenecientes a otros grupos alimenticios como por ejemplo huevos, aves, marisco, etc.
- **Ensaladillas:** La característica principal de las ensaladillas es la incorporación de un alimento rico en hidratos de carbono como por ejemplo el arroz, las patatas, las legumbres o la pasta. Generalmente se aderezan con una salsa que emulsiona todos los ingredientes**.**

LOS INGREDIENTES

Verduras, son los ingredientes básicos de cualquier ensalada. Ricas en minerales, fibra y agua las verduras tienen propiedades laxantes y diuréticas muy beneficiosas para el organismo



Legumbres, son la base de numerosas variedades de ensaladas. Ricas en proteínas y en hidratos de carbono. También aportan fibra, vitaminas B1, B2 Y B3, calcio y hierro. Por el contrario, su contenido graso es muy bajo.

Frutas, se comen crudas, por lo que se aprovechan todos sus nutrientes; vitaminas, minerales, oligoelementos que ayudan a regular el sistema inmunitario. Tienen propiedades desintoxicantes: estimulan la función hepática y renal y ayudan a mejorar el tránsito intestinal gracias a su contenido en fibra.

Otros cereales, como el arroz, la sémola, el cuscús, las pastas o el trigo pueden participar ventajosamente como ingredientes principales. La mayor parte de su composición está formada por hidratos de carbono complejos, es decir de absorción lenta, lo que proporciona unos niveles estables de glucosa en sangre.

Ingredientes proteicos. Es muy frecuente utilizar alimentos con alto contenido en proteínas, destacan la pechuga de pollo asada o a la plancha presente en muchísimas recetas, los embutidos, los pescados en conserva; atún, anchoas, sardinas, etc. y los ahumados como salmón. Tampoco hay que olvidarse de los huevos y de la gran variedad de quesos, que amplían considerablemente la gama de sabores.

ALGUNOS CONSEJOS



- Al comprar las lechugas es importante que tenga un color vivo y hojas firmes.
- Quita siempre las hojas exteriores, principalmente si están secas o estropeadas.
- Las hortalizas de hoja precisan un lavado minucioso, ya que están en contacto con la tierra, herbicidas y pesticidas que pueden afectar a la salud.
- Añade los condimentos o las salsas justo antes de servirlas, ya que el vinagre o el limón que puedan contener deterioran rápidamente su frescor.
- Para conservar frescas y crujientes las hojas de lechuga las envolveremos en un paño de algodón húmedo y las colocaremos en la parte inferior del frigorífico. Las más resistentes, pueden conservarse como máximo tres semanas en la nevera.
- Déjala unos cuantos minutos en agua con vinagre para eliminar cualquier resto de parásitos o un par de minutos en agua purificada con lejía (añadir 2 gotas de lejía por cada litro de agua). Después hay que aclararla al chorro.

ALIÑOS

Los aliños de la ensalada son fundamentales para conseguir el toque de sabor y untuosidad necesarios para realzar sin modificar sabores, para obtener unidad en el plato.



Sin embargo, y como cada vez la alimentación es además de un placer una forma de cuidarse, no se deben añadir grandes cantidades de mayonesa o salsa rosa a una ensalada.

Si la preparación lo requiere, se puede aligerar con algo de yogur y enriquecerla con hierbas aromáticas como orégano o ajo; en cualquier caso, se han de añadir a un lado del plato para que el cliente opte o no por consumirlas**.**

Aliño Francés: Consiste en añadir a los ingredientes de la vinagreta básica, 1 cucharadita de azúcar o de miel y 1 cucharadita de mostaza. Perfecto para ensaladas de hoja.

Yogur: Mezclar yogur natural con aceite, vinagre y unas hojitas de menta. También puede prepararse con mitad de queso fresco y mitad de yogur. Va muy bien con ensaladas de pepino, de patatas y ensaladas verdes en general. Mezclar un yogur con el zumo de medio limón y dos cucharadas de aceite de oliva, sal y pimienta.

Nata y Eneldo: Se prepara una mayonesa con un manojito de eneldo picado, mostaza y nata líquida, en la proporción de 1 huevo, 1 cucharada de mostaza fuerte, 2 de vinagre, 1 de azúcar, 8 de aceite y 8 de nata.

Cebollino: Se trituran en la batidora cebollino y perejil a partes iguales, junto con aceite, vinagre y un pellizco de azúcar en la proporción de una vinagreta normal. Resulta apropiada para ensaladas de hoja, de patatas y en las que intervengan mariscos o pescados frescos o ahumados.

Roquefort: Se ponen en la batidora queso Roquefort, mostaza y nata líquida en la proporción de 50 gr. de Roquefort, ½ cucharada de mostaza y 1 tarrina de nata. Combina muy bien con las endibias, el apio blanco y con verduras crudas cortadas en palitos (crudités), que se toman mojadas en la salsa como aperitivo**.**

Salsa de limón: Batir en una taza dos cucharadas de aceite de oliva virgen y una cucharada de zumo de limón con un poco de sal hasta que emulsione.

Salsa rosa: Mezclar media taza de mayonesa con dos cucharadas de kétchup o con tomate frito, unas gotas de zumo de naranja, unas gotas de salsa Perrin's y unas gotas de coñac o de whisky.

RECETARIO
Mixta: Lechuga, tomate, pepino, cebolla, espárragos huevo duro, pimientos rojos y bonito (salsa vinagreta de mostaza**).**
Niçoise: judías verdes, tomate, patatas, anchoa, aceitunas y alcaparras (salsa vinagreta).
Mimosa: Lechuga, gajos de naranja, uvas, rodajas de plátano (sazonada con Limón y nata).

Ensalada Waldorf
Ingredientes: jugo de 1/2 limón, 3 cda mayonesa ,3 manzanas, 3 cda crema de leche, 50gr nueces peladas ,1 apio blanco, sal y pimienta a gusto.

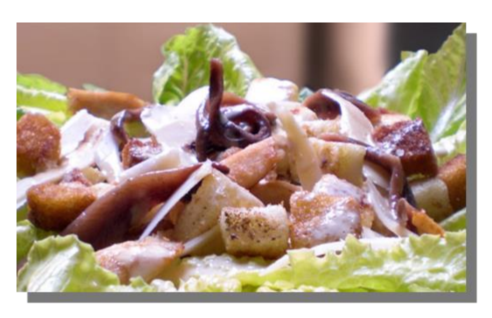


Preparación: Limpiar el apio y cortarlo en rodajas no muy gruesas. Cortar las manzanas en daditos, rociarlas con jugo de limón y picar nueces en forma gruesa colocar esto en un bols.

Mezclar la crema de leche con la mayonesa, salpimentar a gusto y agregar a la preparación anterior, dejar reposar unos minutos y montar en un plato sobre un lecho de lechuga y a disfrutar**.**

Ensalada Cesar
Ingredientes: 200 gr. de lechuga, 6 filetes de anchoas 150 gr. de pechuga de pollo, 40 gramos de queso parmesano, 2 rebanadas de pan de molde 1/2 diente de ajo, 1 huevo entero y 1 yema zumo de limón y aceite de oliva

Preparación: Lavar muy bien la lechuga. Cortar el pan en cuadraditos y freír, dejar sobre papel para absorber el exceso de aceite. A continuación, dorar la pechuga de pollo que debe estar bien limpia y cortada a tiras. (reservar).



Para la salsa pondremos en un recipiente, un diente de ajo pelado a trocitos, tres filetes de anchoa, 1 huevo entero y con una yema, una cucharada pequeña de zumo de limón y por último añadiremos un poco de aceite de oliva. Batimos**.**

Ahora cortamos la lechuga en juliana, que tendrá que estar bien escurrida y colocaremos en el cuenco de ensaladas.

Añadimos el pollo, el pan, las 3 anchoas restantes cortadas a trozos y por último los 40 gramos de queso parmesano rallado en láminas. Aliñar con la salsa César.

Servicio de ensaladas

- Las ensaladas se ofrecen como guarnición, acompañamiento o plato principal.
- Se pondrá a la izquierda del plato del comensal, retirando hacia el centro de la mesa el plato de pan, cuando vayan de acompañamiento.
- Las ensaladas se suelen presentar en plato trinchero o en ensaladera.
- Se marcarán con tenedor y cuchillo trinchero

Como aliñar la ensalada
Dicen que para aliñar una ensalada se necesita un manirroto para que vierta aceite, un avaro para que ponga el vinagre, un juez muy justo para que ponga la sal y un loco para que lo mezcle todo



El orden para aderezar una ensalada será el siguiente:
- Sal
- Vinagre o limón
- Aceite

Servicio De Desayunos

El servicio de desayunos en el bar, el cliente suele ser de paso y por lo general realizan su consumición en un breve espacio de tiempo, lo que necesita es un servicio en barra lo más rápido posible.

En cuanto al servicio de desayunos en bar y cafetería, se realizará en horario matinal, desde primeras horas hasta la media mañana más o menos.
La mise en place para el servicio de desayunos puede ser la que a continuación detallamos:

- Cafeteras limpias, cargadas y preparadas para dar un alto número de servicios
- El café preparado para su molido durante la mañana.
- Servicio para la leche, jarras, y diversos tipos de leche entera, desnatada, semidesnatada, condensada y sobres de cacao.
- Azucarillos, edulcorantes y terrones de azúcar blanco o moreno.
- Tostadores y planchas encendidas
- Servicio para la plancha (tostadas, bollos, mantequilla, etc.).
- Servicio de tostadas (mantequilla, miel, aceite de oliva, tomate triturado y Jamón, mermeladas y confituras, etc.).
- Servicio para el té e infusiones.
- Chocolate ya preparado y a temperatura adecuada.
- Exprimidor de naranjas cargado.
- Resto de zumos ofertados, frescos y cerrados.
- Servicio de bollería (cruasanes, hojaldres, pastas, tartas, etc.).
- Otras bebidas como agua, tanto a temperatura ambiente como fría, hielo, refrescos, alcoholes "de la mañana" como anís y brandy.

Desayunos más habituales que generalmente se suelen ofrecer en el bar cafetería.

Desayuno continental es el desayuno europeo tradicional.



Aunque tiene ciertas variedades según los países, se estructura básicamente en una taza de bebida caliente como café, té, té con leche, chocolate o leche en sus distintas variedades, zumo de frutas recién exprimido, bollería o tostadas de pan con mantequilla y mermelada o miel.

Desayuno mediterráneo es el más representativo de una dieta saludable.



Consiste en una taza de bebida caliente (té, caté o leche), zumo de naranja recién exprimido y unas tostadas de pan natural con tomate fresco rallado, aceite ele oliva virgen extra y, en ocasiones, un poco de jamón serrano en lonchas o dados.

Hay que servir el tomate y el aceite aparte para que el cliente lo prepare a su gusto.

Desayuno español.



Consiste en unos churros o jeringos recién hechos, y servidos sobre plato con blonda o servilleta para evitar manchas de grasa, y taza de chocolate o café, se sirve también agua.

Aperitivos Fríos Y Calientes

Se entiende como aperitivo la variedad de ofertas gastronómicas que todos los establecimientos ofrecen para acompañar la bebida solicitada por el cliente. Los aperitivos pueden ser fríos o calientes

Aperitivos fríos

- **Tapas**, porción gastronómica que puede ser fría o caliente.
- **Banderilla**s, elaborada con ingredientes diversos (aceitunas deshuesadas, rellenas o no, pepinillos, guindillas, pimientos morrones, cebolletas en vinagre, huevo duro, atún, mejillones, etc.), todos ellos sujetos con un palillo o pinchos metálicos y servidos en frío.
- **Pintxos**, rebanada de pan sobre la que se coloca una pequeña ración de comida. Recibe su nombre porque tradicionalmente se sujetaba la comida al pan con un palillo, aunque no sea una característica obligatoria
- **Canapés**, rebanada de pan de forma y grosor variable, untada con mantequilla y guarnecida con una preparación, pudiendo ser ésta muy diversa. La capa de mantequilla debe ser fina. Se aplica a la rebanada de pan el producto del cual se quiere el canapé: pastas, fiambres, ahumados, etc.

Aperitivos calientes

- **Fritos:** a la andaluza a la romana, empanados, croquetas, etc.
- **Pescados y Mariscos:** gratinados, salteados o en salsa. A la plancha, fritos, en brocheta…
- **Tostas:** De queso, de champiñones a la crema, de gambas, etc.
- **Carne:** en salsa, salteada, a la plancha…
- **Tartaletas**; De salmón a la crema, champiñones, mejillones en salsa, marisco, espinacas a la crema, mollejas de cordero, riñones de cordero al jerez, etc.
- **Huevos:** rellenos, salteados en tortilla, etc.
- **Empanadas:** Rellenas de carne, marisco o pescado, etc.

Servicio de aperitivos en barra y mesa

Para el servicio de aperitivos sencillos se suelen utilizar platos o rabaneras metálicas o de loza, dependiendo del aperitivo.

Generalmente los aperitivos que llevan algún tipo de salsa, como berberechos, almejas, etc., se suelen colocar en una rabanera, y debajo de ella un plato, por si se derrama la salsa; se marcan con tenedor de postre o palillos antisépticos, colocados en un palillero.

Para el servicio de tapas, los platos utilizados son normalmente los de postre. Dependiendo del tipo de tapa y su contenido, el plato utilizado podrá cambiar, los cubiertos generalmente son tenedor y cuchillo de postre.



Algunas tapas requieren de complementos especiales para su servicio, como en el caso del pulpo a la gallega que precisa un plato de madera, o los caracoles, que se marcan con un tenedor de caracoles o bien con palillos.

2.12 Preparación Y Servicio De Helados Y Sorbetes

Helados

Los helados son preparados alimenticios con base láctea, los ingredientes de elaboración son la nata, leche, huevos y el azúcar, (la base generalmente es una crema inglesa) adicionados de los más diversos ingredientes, como pueden ser frutas y aromatizantes. Para su preparación es necesario una heladora para conseguir así la textura deseada.

Los helados son llevados al estado sólido, semisólido o pastoso por una congelación simultánea obteniendo texturas cremosas y esponjosas, provocadas por la introducción de aire durante el turbinado.

Sorbetes

Los «sorbetes», están hechos a base de agua, frutas, infusiones, zumos, almíbares y licores.

Los sorbetes, parten de la realización de un almíbar más espeso, provocando una textura más cremosa y esponjosa. Para su helado se utiliza la mantecadora, que tendrá un movimiento rotatorio más intenso, emulsionando la mezcla y creando cristales más pequeños**.**

Servicio de helados y sorbetes

Los helados se servirán en barquillos, copas, platos o boles, ayudados por la cuchara porcionadora de helado acompañados con distintos adornos como, por ejemplo, nata montada, jarabe o almendra en granillo.

Se servirá la copa sobre plato, acompañando con cuchara de postre. También es agradable jugar con el contraste de una pieza de repostería tibia o caliente con una bola de helado. En este caso montaremos el plato y lo último que pondremos será el helado, sirviéndolo inmediatamente.

Los helados se pueden servir directamente en el plato, en este caso se marcarán con cuchara de helado y tenedor de postre.

Los sorbetes se servirán en copas o boles, ayudados por la cuchara porcionadora. Se servirán en la copa o bol sobre plato, acompañando con cuchara de postre.

Si el sorbete se encuentra en estado semisólido se servirá en copa para sorbete (copa flauta generalmente) sobre plato acompañado de una pajita.

En los grandes menús se suelen servir antes del plato principal para limpiar las papilas gustativas y eliminar pesadez del estómago.





Repostería

La repostería está compuesta por tartas y otros dulces, conforma un grupo de preparaciones ya elaboradas y terminadas listo para servir.

Estas son unas preparaciones polivalentes, ya que pueden ser servidas a lo largo del día en desayunos, meriendas, postres y entre horas o cenas.

En cuanto a la repostería individual como el servicio de magdalenas, hojaldres y pasteles de ración la tendremos dispuesta sobre bandejas que se puedan retirar, mover y limpiar fácilmente, sobre blonda de papel o cápsula, por ejemplo, las magdalenas.

En cuanto a las tartas, las podemos encontrar industriales y unas caseras. Aunque la oferta de tartas industriales es enorme, siempre es recomendable que confeccionen sus propios platos, incluso en repostería.

Existe un enorme abanico de tartas caseras deliciosas y sencillas de hacer, con excelentes ratios de beneficio. La oferta de tartas es amplia y podemos variarla a lo largo del año.

Debemos conservarlas sobre blonda de papel, tapadas con campana o bajo cristal, cerradas, y las porcionaremos previamente para que todos los trozos sean iguales

Para el servicio de tartas emplearemos platos y cubiertos de postre. Marcaremos cuchara y tenedor de postre si son tartas de textura blanda, y tenedor y cuchillo de postre si son de masa dura (hojaldres, pasta quebrada,) además marcaremos la cucha de postre si lleva o acompaña de cremas, mermeladas, helados, etc.

UA3 ATENCION AL CLIENTE EN RESTAURACION

3.1. Acogida Y Despedida Del Cliente – La Empatía.

La acogida

La acogida es el momento clave para enfrentarnos a la capacidad de adaptarnos a nuestros invitados.

Durante la acogida interpretamos los signos que nos indican quién es el anfitrión, quienes son sus invitados, cuál es su estado de ánimo, que trato debemos de ofrecerles, que imagen tienen de nuestros servicios.

La acogida nos comunica, a través de aspectos sonoros y de imagen, como son nuestros invitados, sus esperanzas, sus necesidades.

La acogida es el momento para demostrar nuestra personalidad, nuestra vocación de servicio, la imagen que nuestro lugar de trabajo, y nosotros mismos proyectamos.

El cliente es recibido por el responsable de la sala deseándole los buenos días/tardes/noches y se le pregunta si tiene reserva. Rápidamente se localizará la reserva y la verificación de datos.

En caso de clientes sin reserva y no hay ninguna mesa disponible en esos momentos se le propondrá un tiempo real de espera, y se le indicará donde se encuentra la zona de espera en la que pueden ir tomando alguna consumición mientras esperan.

En el momento en el que la disponibilidad de mesas del establecimiento así lo permita, se invitará al cliente a ocupar la mesa que haya sido dispuesta.

En caso de no disponibilidad se ofrecerán alternativas facilitando el traslado (llamar a taxis, etc.)



La persona encargada de la acogida o en su defecto el responsable o camarero a cargo averigua las preferencias del cliente en cuanto a la ubicación de la mesa, (cerca de las ventanas, espacio más o menos íntimo, …) preferencias que son satisfechas siempre que la disponibilidad de las mismas lo permita.

Acompaña al cliente hasta la mesa, lo acomoda (facilitando el acceso, apartando sillas, haciéndose cargo de los problemas con enseres, vestuario o sillas especiales).

Despedida del cliente
Una vez realizado el servicio y tras haber entregado y cobrado la factura:

- Ayudamos a levantarse los comensales de la mesa, retirarando las sillas, se ayudará a los clientes a ponerse los abrigos y se les entregaran los paquetes o demás enseres que dejaron a la llegada.
- La persona encargada de sala dará de nuevo las gracias, procurando que los clientes se vayan satisfechos hasta el último momento del servicio que se les ha ofrecido. Le Recordaremos a nuestro invitado que ha sido un placer atenderle.
- Se verificará la satisfacción verbalmente y nos despedimos del cliente, invitándole a volver.

La empatía
¿Reconoces los sentimientos de las demás personas? ¿Comprendes por qué los demás se sienten de una manera determinada? Esta es la habilidad de «sentir con los demás»,
de experimentar las emociones de los otros como si fuesen propias.

La empatía es la capacidad para apreciar los sentimientos y emociones que está sintiendo un interlocutor en un proceso de comunicación.

A la vista de esta definición, ¿es la empatía lo mismo que simpatía? No, empatía es la habilidad de sentir instintivamente lo que siente la otra persona, mientras que la simpatía es la habilidad de provocar en los demás un concepto favorable.

¿Qué significa ser empático?
• Saber escuchar, pero mucho mejor, saber cuándo hablar.
• Ser abierto y flexible.
• Saber apoyar y ayudar,
• Ser solidario.
• Fomentar el trabajo en equipo.
• Reconocer problemas y resolver situaciones.
• Tener capacidad de autocrítica.



3.2. La Importancia De Nuestra Apariencia Personal

La forma de vestir y los ademanes constituyen otra forma de lenguaje no verbal que denominamos lenguaje corporal.

La forma de movernos, la postura, lo que hacemos con nuestros brazos, todos ellos completan el significado que las personas atribuimos a los signos lingüísticos.

Sabemos que, al entrar en contacto con un cliente, no sólo transmitimos información sobre el producto o servicio mediante la palabra.



El personal acudirá a su puesto de trabajo aseado y vistiendo un uniforme en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio.

Los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.

Además, debemos considerar que somos la representación física de la empresa.



3.3. La Importancia De La Percepción Del Cliente

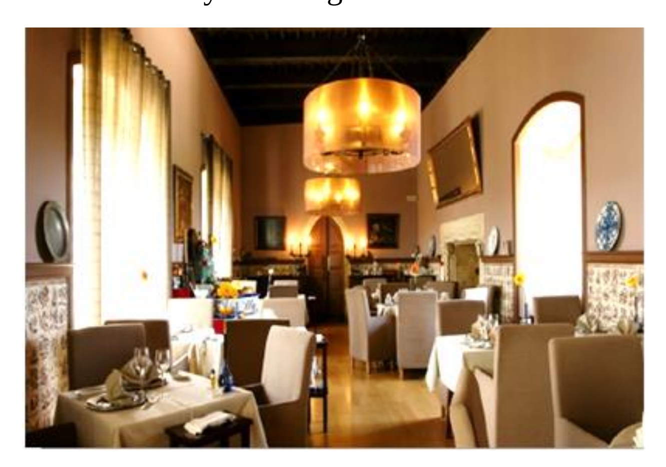
Se entiende por percepción a la capacidad de organizar los datos y la información que llega por medio de los sentidos en un todo creando un concepto.

La percepción del cliente está relacionada con las expectativas debido a que éstas son más dinámicas, las evaluaciones que se están realizando pueden modificarse con el paso del tiempo y varía de una persona a otra al igual que de una cultura.

La calidad del servicio es total o inexistente
Cuando un cliente valora la calidad de un servicio, no disocia todos sus componentes, sino que la juzga como un todo. Lo que prevalece, por tanto, es la impresión de conjunto y no el éxito relativo de una u otra acción específica.

La oferta, ya se trate de un producto o de una prestación, se juzga como un todo, de forma que si algo falla la consecuencia es el fracaso. En materia de servicios la calidad o es total o no existe.

Es, pues, esencial alcanzar la mayor homogeneidad entre todos sus elementos.



La percepción de calidad

Los símbolos: En la percepción de la calidad influyen también los símbolos que rodean al producto.

Todos los signos, verbales o no, que acompañan al servicio, tienen un papel fundamental en este sentido: mirar al cliente a la cara, cederle el paso, expresar con una sonrisa el placer que nos produce verlo, llamarlo por su nombre, son otras de las ventajas para ofrecer un servicio de calidad que tenga por objeto la conquista del cliente.

Es importante reseñar que el concepto de calidad varía según las culturas ya que la calidad es un coeficiente: es el valor obtenido a cambio del precio pagado.

La información; La información puede modificar considerablemente la percepción de la calidad.

Si va a existir alguna deficiencia en el servicio prestado al cliente, la explicación que se proporciona al cliente puede que aminoren las críticas e influir positivamente en la percepción de calidad.

Aspectos tangibles del servicio: Una de las principales características de los servicios se basa en su carácter inmaterial. Para juzgar la calidad de un servicio el cliente debe recurrir a signos indirectos concretos.

Cuanto más complejo e intangible sea un servicio, más se aferrará el usuario a criterios que puede valorar inmediatamente, en especial:

- **La apariencia física del lugar y de las personas**: se suele juzgar la competencia de un médico por su sala de espera.
- **El precio**: la exigencia de calidad aumenta en relación directa con el precio.
- **El riesgo percibido:** el cliente que recibe inicialmente poca información y poca ayuda o, que tiene que comprar sin garantías, encontrará que el servicio es de menor calidad e incluso aunque ello sea objetivamente falso.

3.4. La Fidelización Del Cliente

La satisfacción del diente es previa a la fidelidad o lealtad, un diente leal siempre es un cliente satisfecho.

No hay nada tan difícil como mantener a un cliente contento y satisfecho. Muchos negocios descuidan lo idealización del cliente y se concentran más en captar nuevos clientes, lo que suele ser un error, ya que retener un cliente suele ser más rentable que captar uno nuevo.

Conseguir clientes fieles se ha convertido en una de los objetivos más impártanles da cualquier tipo de negocio, incluido el de la restauración, disponer de clientes fieles es terriblemente rentable incluso o corto plazo.

El secreto para hacer que repitan en su compra es la combinación de estos factores:

- Ofrecer el producto/servicio adecuado a la persona adecuada
- En el momento adecuado
- Y al precio adecuado.

Y esta se consigue conociendo al cliente. Lo información nos permite identificar las necesidades de clientes, de uno forma individual y satisfacerlas a través de lo construcción de relaciones

Si gestionamos un restaurante, un aspecto fundamental de nuestro éxito será conseguir una clientela fiel. El establecimiento puede ser un gran negocio si un determinado grupo de personas se mantienen como clientes durante años.

PASOS PARA CONSEGUIR LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

1. Establecer qué grupo de dientes vamos a fidelizar. "Quien mucho abarca, poco aprieta» en principio, no se fidelizan todos los clientes, sino sólo aquellos con mayor valor de vida, es decir, los que generen al establecimiento mayor volumen de negocio.

2. Diseñar un producto de buena calidad. Debemos diseñar un producto o servicio de buena calidad, que satisfaga las necesidades, preferencias y deseos del cliente. Este primer paso es fundamental si queremos lograr que el cliente se decida por repetir la compra.



3. Hacer notar nuestra existencia y hacer que consuman. Debemos comunicarle al cliente que nosotros contamos con un producto de calidad y que puede satisfacer sus necesidades, preferencias o deseos. Para ello hacernos uso de la publicidad. Y para que los consumidores se decidan adquirir nuestros productos, podemos hacer uso de promociones de ventas, ofertas, descuentos, etc.

4. Brindar un buen servicio al cliente. No basta con ofrecer un producto de calidad y que satisfaga necesidades, preferencias y deseos.
Para fidelizar al cliente también es fundamental ofrecer un servicio de buena calidad, es decir, una buena atención, un trato amable, un buen ambiente, un trato personalizado,
una rápida atención.

5. Mantener contacto con el diente. La idea es hacerle sentir importante y especial y hacerte saber que nos preocupamos e interesamos por él.

6. Buscar un sentimiento de pertenencia. Por ejemplo, haciéndole partícipe de las mejoras de nuestro negocio a través de sugerencias o comentarios.

Otra forma de crear ese sentimiento de pertenencia es crear la posibilidad de que el cliente pueda suscribirse al establecimiento a través de carnets de socio o tarjetas vip,
con las que puede tener acceso a promociones especiales o descuentos.

3.5. Perfiles Psicológicos De Los Clientes

El temperamento y el carácter son las características más complejas del ser humano. Hay menos probabilidades de encontrar dos temperamentos idénticos que dos huellas dactilares iguales.

El temperamento está integrado por un conjunto de mecanismos mentales, estímulos internos e impulsos, que son los que influyen directamente en la línea de conducta.

Agrupamos en tipos sinónimos, parecidos o identificados entre sí, para tener una idea y una base en que apoyarnos para el buen éxito de la acción.

Esta tipografía comprende los grupos más sobresalientes y fáciles de identificar para tratarles como ellos quieren ser tratados

Cliente lento

Los lentos son muy precavidos e insistirán en examinar todas las opciones antes de tomar una decisión, aunque, de todas maneras, se les dificulte decidir.

Es el cliente que nunca tiene prisa y tarda mucho tiempo en decidirse ante cualquier decisión.

Este tipo de cliente necesita un bombardeo continuo de preguntas hasta poder llegar a donde él quiere. Se usará un trato cordial para poder ganarse la confianza del cliente.

Siempre suele tardar en tomar una decisión, por lo que se debe ser paciente y no poner cara de aburrimiento.

El distraído o indiferente

Este tipo de clientes parecen ausentes y que vagan por el establecimiento como si no supieran qué están haciendo allí.

Es un tipo de cliente que requiere mucha paciencia y amplios conocimientos por parte del camarero/a.



Lo principal será poder llamar su atención de entrada para poder llegar a él, incluso usando temas que no tengan nada que ver, pero que despierten el interés del cliente.

Hay que evitar molestarse por su comportamiento; a veces las personas se abstraen por problemas personales o de otra índole.

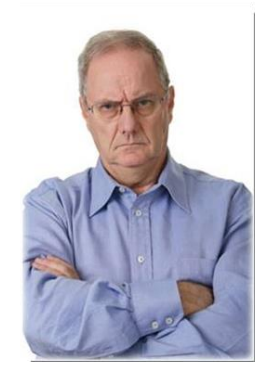
El reservado
Es el cliente distante y tímido que, por vergüenza, ni mira a los ojos y con el que es difícil establecer comunicación de entrada. Suelen tener bastante falta de confianza en sí mismos.

Para actuar correctamente ante ellos es importante darles un buen recibimiento y el uso de habilidades sociales para que sienta que no se le da un trato distinto por ser más tímido.

Estas personas suelen hablar bajo, por lo que nunca debe levantarse el tono de voz o interrumpir una conversación.

Lo más conveniente es seguir su ritmo por lo que nunca hay que impacientarse y, sobre todo, no hay que presionarlo para que decida.

Clientes dominante
Es el tipo de cliente que siempre quiere llevar razón, habla mucho, discute e incluso da muchos rodeos para una compra.



No se debe dejar que el cliente domine del todo la situación. Se le escuchará, pero sin perder mucho tiempo.

Hay determinadas frases que pueden ayudar como: “A propósito, esto me recuerda que…”, o “Si me disculpan un momento, estoy con ustedes enseguida” para cambiar de tema cuando algo no interese.

El cliente no puede ver a un empleado débil, puesto que se haría más grande aún y se correría el riesgo de perder el control

El indeciso
Tomar decisiones nunca es fácil, pero hay personas a las que realmente les cuesta hacerlo.



Los indecisos son incapaces de decidir por sí mismos. Hay que apoyarlo, confirmar cada decisión por la que se vaya inclinando y no plantearle demasiadas alternativas para que no navegue a la deriva en un mar de dudas.

Es recomendable ser muy rápido tanto en gestos, como en palabras.

Vanidoso
Es un cliente que siente que lo sabe todo y es superior; quiere las cosas al momento. Se le debe escuchar e ir al grano con ellos, puesto que de otro modo seguirían hablando solo ellos.

Este tipo de cliente no suele aceptar bien las críticas.

El desconfiado o precavido
Es un cliente que duda mucho y no es confiado. En ocasiones le cuesta asumir la responsabilidad de tomar una decisión.

Es un tipo de cliente al que no se debe presionar en ningún momento, y hay que intentar ganarse su confianza con muchas preguntas.

Hay que evitar que su desconfianza sea mal tomada por parte del vendedor.

El cliente preciso o minucioso
Son los que saben lo que quieren en cada momento. Son personas muy seguras que pueden demandar información como parte de su conocimiento personal.



Se le tratará de una forma cercana y sincera, asesorándole ante cualquier consulta.

Hay que evitar caer en un discurso largo o la mentira.

No se debe mostrar inseguridad en las respuestas ni el trato, y desde luego se debe ser eficaz en toda la atención al cliente.

El cliente locuaz o hablador
Es un tipo de cliente amable, simpático y que se interesa por las cosas de la empresa.

El único problema es que a veces habla demasiado y haga perder el tiempo. Hay interrumpirlo de manera cortés cuando se exceda en la conversación.

Hay que ser amables con ellos y atenderlos como merecen, ya que son el cliente que todo vendedor quiere tener, pero conservando cierta distancia y no ofreciéndole preferencias sobre otros clientes.

Se le debe atender adecuadamente pero no en exceso, el truco está en mantener cierta distancia.

El cliente impulsivo
Suele comprar por impulsos y cambiar a menudo de opinión, es emotivo y superficial, a veces no concentrándose en una opinión.

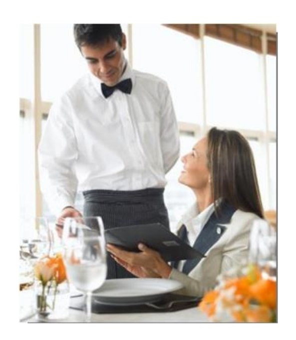


Con este cliente hay que ser concreto, firme y breve, actuando con rapidez para que no cambie de opinión con facilidad, sobre todo no dar más información que provoque cambio de decisión, sino más bien ser breve y firme.

Este tipo de clientes necesita un camarero/a que sea ágil de pensamiento y con una rápida capacidad de respuesta.

3.6. Objeciones Durante El Proceso De Atención

Las objeciones son dudas o recelos que el cliente expresa respecto a los productos ofertados y al servicio que se presta.



Su detección y tratamiento constituyen un aspecto fundamental en el avance del proceso y en la obtención de una solución satisfactoria

Una de las tareas básicas del personal en contacto con la clientela es el conocimiento de técnicas y estrategias capaces de hacer cambiar una actitud negativa de la clientela y sobre todo de prevenir ese tipo de situaciones desagradables

Guía para superar las objeciones

Escuchar con atención;

- Atender al cliente.
- No tener la cabeza en otro sitio.

No interrumpir al cliente:

- Dejarle hablar.
- Prestar atención a su información para argumentar en base a sus necesidades,

Hacer una pausa:

- Dejar un espacio breve de tiempo en el que el cliente añada información.

Verificar la objeción:

- Preguntar al cliente por qué, a que se refiere, así podremos llegar al problema real

Tratar la objeción con respeto:

- No adoptar nunca aire de superioridad.
- No despreciar lo que el cliente dice.
- Apreciar su punto de vista.
- Adoptar una actitud neutra; "lo entiendo muy bien", "me doy cuenta de lo que desea” "ya veo que usted entiende de,", etc.

Verificar sí la objeción es verdadera:

- Preguntar abiertamente si esa es la razón para no comprar.

Contestar brevemente:

- No debemos extendernos demasiado. Así, evitamos dar importancia a la objeción.

TÉCNICAS PARA VENCER LA OBJECIÓN

Anticiparse: si se conocen las objeciones de antemano y se pueden corregir o evitar, se ahorrará mucho tiempo y se asegura un éxito mayor en el proceso de venta.
Ejemplo: Si se sabe que la mesa que se le ofrece al cliente no es la mejor, se le comunicará y se disculpará de antemano, para así evitar posibles reclamaciones.

Escuchar: esta simple acción puede evitar desastres mayores. Recuérdese que el cliente desea sentirse importante y atendido en todo momento, por lo que la escucha será de gran relevancia.
Ejemplo: Si el cliente está contando cómo el camarero le ha manchado y no le ha dicho nada, se le dejará hablar y una vez que se conozca toda la información, se le dará una solución junto con unas disculpas.

Preguntar: a través de las preguntas se va de lo general a lo específico para que de esta forma puedan resolverse las objeciones.

Reflejar: consiste en repetir las palabras del cliente para que las oiga de otra voz e incluso las reconsidere.
Ejemplo: Se le puede comunicar al cliente lo siguiente: “Entonces, quiere que le cambiemos de mesa ahora mismo o prefiere quedarse en ella”

Sopesar: a veces, es bueno exponer al cliente todas las ventajas que ofrece un determinado producto en detrimento de los inconvenientes.
Ejemplo: Se le puede comunicar al cliente lo siguiente: “Aunque pueda resultarle desconocido este vino (No es Rioja o Ribera), le recomiendo que lo pruebe, puesto que es un vino muy agradable al paladar y afrutado”.

Conclusiones sobre objeciones



Las objeciones son necesarias en el proceso de venta, sin ellas no podríamos realizar la venta de una forma satisfactoria para el cliente

Las objeciones, a pesar de que sean expresadas como críticas o comentarios escépticos del cliente, deben de ser tratadas como necesidades latentes.

Las objeciones deben de ser consideradas, más que como problemas, como oportunidades de asesorar al cliente y aumentar la posibilidad de cerrar la venta.

La práctica de respuestas a objeciones típicas de los clientes nos ayuda a desarrollar habilidad para manejarlas eficazmente, declarando beneficios o creándolos, según corresponda.

3.7. Reclamaciones Y Resoluciones

Una queja no es solo una situación desagradable a evitar en cualquier establecimiento con atención al público, sino que debe verse como una oportunidad de mejora. Una queja se produce cuando las expectativas del cliente no han sido cubiertas o cuando se percibe un error en el servicio que se le presta.

Es fundamental la respuesta de la persona que recibe la queja de un cliente. De su serenidad, capacidad de escucha, persuasión, etc., termine o no en una reclamación oficial

Habrá que mostrar atención a los siguientes aspectos:
No ignorar las quejas de clientes. Si el cliente decide quejarse, es porque en la mayoría de los casos considera que tiene razón y por lo tanto espera una respuesta satisfactoria a su problema.

Demostrar respeto al cliente. No hay que olvidar que lo que más interesa al personal es conocer la opinión de los clientes y los posibles fallos que se cometen durante el servicio, para que de esta manera se puedan corregir más fácilmente.

No hay que reaccionar con agresividad. En la mayoría de los casos esa reacción se produce porque la persona que recibe la queja del cliente la considera como algo personal

Escuchar atentamente al cliente. En muchos casos lo único que el cliente desea es que se le escuche con atención, hay que demostrarle que se le está escuchan do.

Examinar los hechos. Hay que hacerlo detenidamente, in tentando ponerse en el lugar de cliente, es decir, «practicar la empatía». Y si el cliente tiene razón, hay que dársela.

Descubrir las expectativas del cliente. Es necesario intentar conocer qué es lo que el cliente quiere que se haga para solucionar el problema. En muchos casos la mejor manera de solucionarlo es preguntárselo directamente.

Decidir lo que se va a hacer. Hay que hacérselo saber al cliente y ofrecerle varias alternativas posibles para solucionar el problema. En cualquier caso, hay que actuar siempre con el consentimiento del cliente.

Jamás hay que discutir con un cliente en público. Esta situación debe evitarse siempre, ya que la imagen del establecimiento se vería muy afectada. Aun estando seguros de tener la razón, es conveniente suavizar la situación y evitar las discusiones. También se puede invitar al cliente a pasar a un despacho privado para tratar el problema.

Hay que evitar que el cliente ponga una reclamación oficial. Siempre que sea posible, debe evitarse esta situación ya que perjudica notablemente a la empresa. Hay que recordar que, según la legislación vigente, las empresas están obligadas a disponer de hojas de reclamación y a entregarlas a los clientes cuando éstos las soliciten.

Es importante resaltar, que una queja no tiene que ser vista como un problema, sino que a través de ella podemos mejorar la calidad del producto o del servicio que ofrecemos al cliente

3.8. Protección En Consumidores Y Usuarios

Debido a la importancia que tienen las normas de seguridad e higiene de las personas que manipulan alimentos y de los negocios que sirven comidas y bebidas, existen una serie de normas encargadas de regular este y otros muchos aspectos.

Caben destacar

- Real Decreto 109/2010, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos y por el que principalmente se trasladan las responsabilidades en materia de formación desde las administraciones competentes a los operadores de empresas alimentarias.
- Este decreto es de vital importancia y aunque a veces no se le dé la importancia debida, no se tiene que olvidar que trabajar con comidas y bebidas y su manejo implica una serie de riesgos que con una pequeña formación pueden ser subsanados.

- Real Decreto 2199/1976, sobre reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas. Este decreto nace para que los clientes siempre tengan el derecho de poder reclamar ante lo que consideren un mal servicio.

Hoja de reclamaciones

Las hojas de reclamaciones son un instrumento con el que cuentan los consumidores y usuarios para quejarse del mal funcionamiento de determinados comercios o servicios, poniendo en conocimiento del organismo competente en materia de consumo, este hecho, para que pueda ser esclarecido, y de ser cierto ver sancionada a la empresa, si procede.

Los establecimientos están legalmente obligados a tener hojas de reclamaciones y facilitarlas a todo el que la solicite: bares, restaurantes, hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte de viajeros, gasolineras, talleres mecánicos de vehículos, talleres de reparación de electrodomésticos y centros comerciales.

Además, la legislación autonómica puede ampliar el listado de los lugares en que puede solicitarse una hoja de reclamaciones dentro del territorio de su Comunidad Autónoma.

Cuando dude si el establecimiento debe tener o no hojas de reclamaciones, puede consultarlo en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC



Este establecimiento tiene hojas de quejas y reclamaciones a disposición de las personas consumidoras o usuarias que las solicite.

This establishment has claim and complaint forms available for consumers or users who may request for one.

¿Cómo se rellena la hoja de reclamaciones?

- Los datos del reclamado debe rellenarlos éste.
- A continuación, el reclamante rellenará sus datos
- Rellenar la hoja con todos los datos que se le solicitan en la misma.
- Exponer de forma clara y concisa la queja, no irse por las ramas.
- Es importante guardar toda la documentación que pueda servir como prueba a la reclamación, como facturas, tiquetes de compra, resguardos, folletos publicitarios, garantía del producto, etc.

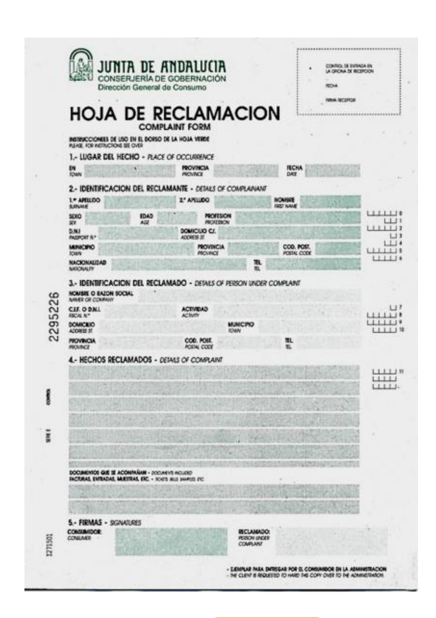
No se debe negar la hoja de reclamaciones, ya que se puede solicitar la asistencia de la policía municipal o plantear la denuncia en comisaría o el órgano competente de consumo de su Comunidad Autónoma.

Las hojas de reclamaciones se componen de tres copias:

- Una original de color blanco para el Organismo Competente.
- Una verde o amarilla para el consumidor o usuario.
- Una rosa o amarilla para la empresa o profesional al que reclama. Usted debe quedarse con las dos primeras.

Una vez cumplimentada la hoja de reclamaciones, puede hacerla llegar a la Administración competente de su CCAA, bien directamente en las Oficinas o Servicios de Información al Consumidor, bien en las oficinas de Correos, bien en los Registros de cualquier órgano administrativo, en los términos legalmente establecidos, o por supuesto solicitar el auxilio de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios para ayudarle en su tramitación.





JUNTA DE ANDALUCIA
CONSERJERÍA DE GOBERNACIÓN
Dirección General de Consumo

HOJA DE RECLAMACION
COMPLAINT FORM

INSTRUCCIONES DE USO EN EL DORSO DE LA HOJA VERDE
PLEASE, FOR INSTRUCTIONS SEE OVER

1.- LUGAR DEL HECHO - *PLACE OF OCCURRENCE*
EN / TOWN — PROVINCIA / PROVINCE — FECHA / DATE

2.- IDENTIFICACION DEL RECLAMANTE - *DETAILS OF COMPLAINANT*
1.º APELLIDO / SURNAME — 2.º APELLIDO — NOMBRE / FIRST NAME
SEXO / SEX — EDAD / AGE — PROFESION / PROFESSION
D.N.I. / PASSPORT N.º — DOMICILIO C/. / ADDRESS ST.
MUNICIPIO / TOWN — PROVINCIA / PROVINCE — COD. POST. / POSTAL CODE
NACIONALIDAD / NATIONALITY — TEL. / TEL.

3.- IDENTIFICACION DEL RECLAMADO - *DETAILS OF PERSON UNDER COMPLAINT*
NOMBRE O RAZON SOCIAL / NAME OR COMPANY
C.I.F. O D.N.I. / FISCAL N.º — ACTIVIDAD / ACTIVITY
DOMICILIO / ADDRESS ST. — MUNICIPIO / TOWN
PROVINCIA / PROVINCE — COD. POST. / POSTAL CODE — TEL. / TEL.

4.- HECHOS RECLAMADOS - *DETAILS OF COMPLAINT*

DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN - *DOCUMENTS INCLUDED*
FACTURAS, ENTRADAS, MUESTRAS, ETC. - *TICKETS, BILLS, SAMPLES, ETC.*

5.- FIRMAS - *SIGNATURES*
CONSUMIDOR: / CONSUMER — RECLAMADO: / PERSON UNDER COMPLAINT

2295226

- EJEMPLAR PARA ENTREGAR POR EL CONSUMIDOR EN LA ADMINISTRACION
- THE CLIENT IS REQUESTED TO HAND THIS COPY OVER TO THE ADMINISTRATION

UA. 4 LA COMUNICACION EN RESTAURACION

4.1 La Comunicación Verbal: Mensajes Facilitadores

A través de la comunicación se transmiten informaciones, estados de ánimo, ya sea por un código escrito, hablado o en forma de gestos.

En restauración el emisor y el receptor son tanto el cliente como el trabajador, indistintamente, y entre ambos hay un continuo flujo de comunicaciones.



Se debe usar un lenguaje cercano, correcto y educado que haga sentir bien al cliente, sin olvidarse del magnífico poder de la sonrisa de la que todo el mundo debería contagiarse.

El cliente de hoy demanda información de la comida, la bebida, la zona donde se encuentra ubicada el establecimiento, etc.

Es por este motivo por el que veremos algunas formas o modos de comunicarnos,

La comunicación persigue tres objetivos básicos:

- **Informar;** la comunicación sirve para hacer llegar al receptor un determinado mensaje que el emisor expresa.
- **Convencer;** al receptor para que éste piense de la manera en que el emisor desea.
- **Persuadir**; se pretende que el receptor actúe de la forma que el emisor quiere que lo haga.

En todo proceso de comunicación existen varios elementos:

- Emisor
- Receptor
- Mensaje
- Canal (herramienta que utilizo)



Emisor (fuente) / codificador. Es la persona que emite el mensaje. Una vez que se ha decidido lo que se quiere comunicar, este mensaje debe ser codificado para producir el efecto deseado. En cualquier caso, la respuesta final depende de las habilidades del emisor: (saber hablar y escribir, y contar con un nivel de conocimientos sobre el tema)

Receptor / decodificador. Es la persona que recibe el mensaje y, por lo tanto, es un elemento fundamental del proceso (si el empleado de un establecimiento no llega al cliente con sus mensajes, no se produce una comunicación eficaz)

Mensaje. Es lo que se quiere comunicar. Debe ser claro y conciso.

Canal. Es el vehículo de transporte del mensaje: lenguaje hablado, escrito, gestos.

Es importante lo que se dice y cómo se dice. Por este motivo se tendrán en consideración el timbre de voz, la entonación y la vocalización. Un buen comunicador se abre muchas puertas en la venta, que es el fin de cualquier establecimiento de restauración.

Se tendrá siempre muy presente en materia de comunicación verbal lo siguiente:

- Utilizar un tono de voz pausado y agradable. Los tonos pueden ser cálidos, tranquilos, persuasivos, sugestivos, seguros.
- Usar corrección gramatical a la hora de usar el lenguaje y tener un buen nivel lingüístico. No abusar de tecnicismos y palabras de difícil entendimiento, sino en todo lo contrario. Usar frases sencillas y cortas que no aburran al receptor.
- Mantener conversaciones agradables con la clientela que así lo demande, intentando responder a todas las peticiones del emisor.
- Evitar ser pesado y monótono.
- Mantener contacto visual con el cliente en todo momento sin intimidarlo.
- El uso de un término tan simple como es "usted", sigue confrontando a las diferentes generaciones. Se ha pasado de hablar con otra persona en términos de "don", "señora" y un uso continuado de la palabra usted, a casi una total ausencia por parte de los trabajadores más noveles en hostelería.
- Al cliente siempre le debe tratar de usted con la excepción de que sea él mismo quien diga que prefiere que se le tutee. Incluso en este caso, se intentarán buscar las frases y el lenguaje más correcto posible. A veces, solo hay que evitar decir la palabra usted.



Defectos del emisor

- No organizar las ideas y pensamientos antes de hablar.
- Partir de suposiciones o conclusiones erróneas; por tanto, el mensaje siempre será incorrecto.
- Intentar comunicar demasiados conceptos e ideas en un solo enunciado, a veces incluso sin que estén relacionados entre sí. Esto produce un efecto desconcertante en el receptor.
- Expresarse con imprecisión o titubeando.
- Seguir hablando por falta de seguridad, pensando que el receptor no ha comprendido el mensaje.
- Ignorar las preguntas que han sido formuladas previamente o pasar por alto las respuestas del emisor.
- Utilizar un código incorrecto, es decir, dar a una palabra un significado distinto al que le dará el receptor del mensaje

Defectos del receptor

- No prestar la debida atención
- Estar pensando en la respuesta que se va a dar, en vez de estar escuchando atentamente con lo cual no capta el mensaje y no podrá responder adecuadamente.
- No deja que el emisor termine de hablar, imaginándose la respuesta de este (ya se lo que piensas)
- Evalúa el mensaje en términos de "bueno-malo" o "acuerdo – desacuerdo" sin tratar el punto de vista del emisor

4.2. La Comunicación No Verbal

La comunicación verbal se utiliza para compartir información a partir del lenguaje; se podría decir que el lenguaje no verbal es el soporte del lenguaje verbal.



La mirada, la expresión del rostro, la vestimenta, las manos, los movientos incluso los aspectos no verbales del lenguaje (voz, ritmo, pausas…)

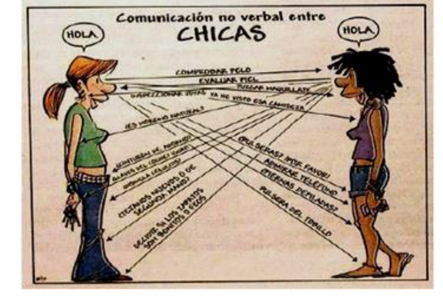
A veces transmiten más información que el contenido de un mensaje, informa sobre nuestro estado de ánimo.

La comunicación no verbal está más relacionada con los sentimientos, estados de ánimo, actitudes personales, etc.

Los gestos. Expresiones faciales

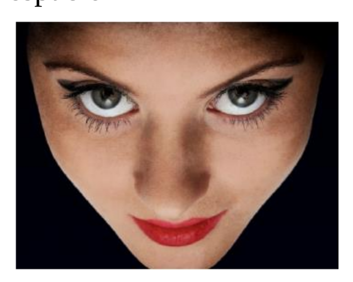
Hay una expresión que recoge muy bien el concepto a tratar, como: "la cara es el reflejo del alma"

- Fruncir el ceño cuando se piensa o cuando lo que se escucha no se entiende bien, etc.
- Levantar las cejas y abrir los ojos ante una situación de sorpresa.
- Mirar por encima de las gafas se puede considerar como un síntoma de desconfianza.
- Apoyar la patilla de las gafas o un bolígrafo en los labios, es síntoma de estar pensando o evaluando una propuesta.
- Morderse las uñas es señal de nerviosismo, al igual que replicar con los dedos en una mesa.
- Acariciarse la barbilla o apoyar el pulgar en ella denota pensamiento y toma de decisiones.
- Apretar los dientes puede ser entendido como una señal de desafío.
- Reírse con la boca cerrada puede ser interpretado como que mienten.
- Taparse la boca, tocarse mucho la nariz o frotarse las cejas son también síntomas de que lo que se cuenta es mentira.



Contacto visual

Mirar a los ojos ofrece seguridad y confianza, aunque se deben guardar unas distancias mínimas; hay clientes que pueden sentirse muy intimidados si se le habla demasiado cerca o en situaciones con poco espacio



Si la mirada es...

- **Rápida:** Vigilancia y curiosidad.
- **Oblicua:** Intentan mirar sin ser visto.
- **Imprecisa:** Desinterés, el rechazo de algo.
- **Envolvente**: Te valora, te mide.

POSTURAS ADOPTADAS CON EL CUERPO.
Según las posturas se puede interpretar lo siguiente:

La actitud humilde o de inseguridad:
- Hombros y cabeza bajos.
- Piernas medio cerradas.
- No mirar a la cara.

La actitud dominante:
- Cuerpo erguido.
- Hombros altos.
- Mentón hacia fuera.
- Piernas abiertas.

La actitud dialogante
- Postura erguida.
- Cabeza recta.
- Cuerpo equilibrado.

Gestos con las manos
Se debe evitar el moverlas demasiado, sin embargo, en ocasiones ayudan a complementar el lenguaje. Evitar señalar con las manos al indicar, por ejemplo, dónde se encuentra el aseo por frases como al fondo a la derecha.

Si al dar la mano….
- La mano que estrechamos permanece en la cavidad de la nuestra, flácida e inerte. Rehúye el encuentro.
- Si la mano que estrechamos va seguida por una breve sacudida, satisfacción por el encuentro.
- Si la sacudida es exagerada, superficialidad.
- Si además de estrecharte la mano, te coge también por el
- brazo, distinción.
- Apretar firmemente la mano es señal de confianza

Valor de la sonrisa
Dentro de la comunicación no verbal es la sonrisa el camino más corto entre dos personas.



Es el vehículo por el cual un mensaje puede ser creído, una actitud comprendida y una petición aceptada

Una sonrisa alivia el cansancio, renueva las fuerzas y es consuelo en la tristeza.

Una sonrisa cuesta poco y produce mucho, dura sólo un instante, pero puede durar un recuerdo. Enriquece a quienes la reciben, sin empobrecer a quienes la dan.

Lo cierto es que la sonrisa ayuda a transmitir buenas sensaciones y debería siempre poder constar en nuestra tarjeta de presentación.

Una sonrisa siempre debería ir acompañada de diferentes fórmulas de cortesía:

- Un saludo de bienvenida (Buenos días, Buenas tardes, Buenas
- noches).
- El uso del por favor y de gracias. Todo debe pedirse por favor y responderse siempre con las gracias o muchas gracias.
- Usar el perdón y disculpe siempre se verá como algo muy educado.

4.3. La Comunicación Escrita

La comunicación escrita en restauración tiene solo un interés informativo. Establecer comunicación con los clientes y entre compañeros, para poder entender y aplicar las órdenes de trabajo.

Se deben destacar tres puntos en este tipo de comunicación, que son:

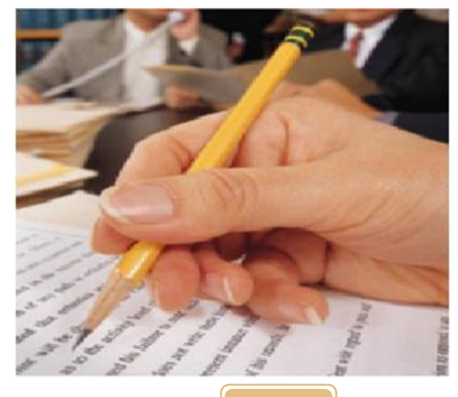
- **¿A quién escribimos?** al realizar esta pregunta y responderse, se sabrá cuál será el estilo a utilizar a la hora de escribir.
- **Motivo de la escritura;** saber cool es el motivo de la comunicación.
- **¿Cómo escribimos?** Saber cuál es el medio y la expresión adecuados.

Características de la comunicación escrita

- **Claridad**. La claridad es la exposición limpia, correcta, es redactar un texto entendible sin que dé lugar a dudas.
- **Precisión.** Emplear únicamente las palabras que sean precisas y necesarias para expresar lo que queremos, es decir, expresar nuestros pensamientos con el menor número de palabras bien estructuradas.
- **Síntesis**. La síntesis se realiza en base a las ideas principales del texto y con nuestras propias palabras.
- **Naturalidad.** Con esto nos referimos a utilizar la lengua más usual o más habitual.
- **Cortesía**. Tratar con atención y respeto a la persona a la cual le redactamos, lo cortés no quita la sencillez.

Requisitos

- La presentación debe ser correcta: limpia y con márgenes
- Corrección ortográfica y gramatical.
- Utilizar un vocabulario adecuado al nivel cultural del receptor, evitando vulgarismos.
- Utilizar frases cortas.
- Texto breve.
- Agrupar en párrafos lo referente a una misma idea.
- Cohesión entre las ideas expresadas.



Elementos a tener en cuenta

Comandas

Las comandas deben escribirse correctamente y a veces con unos códigos que se entiendan entre compañeros. Es el instrumento de comunicación con la cocina, con otros
compañeros en el restaurante o bar y con la facturación, de ahí su importancia en realizarla correctamente.

Libro de reservas

Aquí se deben anotar correctamente una serie de datos para poder organizar el servicio con posterioridad. Destacan el nombre y apellidos de la persona que realiza la reserva, día y hora de la reserva, número de personas y número de teléfono.

Esempio di comanda

1	Data 30/7/09	Tav. 11	2 3
	Cop. 4	VIP	1 4

2 Ant pesce 1/3
1 Tortino funghi 2
1 Sfogliatine formaggio 4

1 Risotto mare 2
3 Tagliolini carc

1 Filetto rombo 3
2 Fritto pesce 1/4
1 Scaloppa funghi 2

2 Verdure griglia 3/1
1 Zucchine fritte 4
1 Patate mandorle 2

4.4. La Comunicación En Atención Telefónica

El teléfono es uno de los medios de comunicación más utilizados en los últimos tiempos, y nadie nos ha enseñado a hablar por él. Es por ello por lo que vamos a ver algunos aspectos a tener en cuenta.

Al recibir llamadas

- Las llamadas se contestan en el más breve tiempo posible, antes del tercer tono. Si por cualquier razón se debe poner en espera al cliente, el tiempo de la misma debe ser inferior a 30 sg.
- Emplearemos fórmulas de cortesía; Al descolgar el teléfono se identifica el establecimiento, se pronuncia la frase de saludo y se ofrece ayuda (Restaurante…, buenos días, le atiende…. ¿En qué puedo ayudarle?)
- A la persona que llama, si es desconocida, se le pedirá que se identifique y el motivo de su llamada. Y se anotará su nombre para no olvidarlo ni confundirlo durante la conversación en una libreta que siempre se tendrá junto al teléfono.
- En caso de estar realizando una gestión que requiere una espera del cliente se mantendrá como mínimo un contacto auditivo regular (cada 30 segundos se comunicará que se sigue realizando la gestión).



El personal tendrá un trato amable con los clientes. La amabilidad telefónica la refleja:

- El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo
- suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
- La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión), manteniendo un contacto auditivo regular (asentir) que demuestre que se está atendiendo.
- La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
- La capacidad de utilizar el idioma del cliente o en su defecto el inglés.

Se debe conseguir generar una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:

- Asentir regularmente cuando el cliente habla.
- Repetir los aspectos esenciales de las cuestiones planteadas por el cliente.
- Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
- Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo, un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje reformulándoselos al cliente.
- No se mantienen conversaciones paralelas que puedan ser escuchadas por el cliente.

Emisión de llamadas

A la hora de la emisión de la llamada se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Conocer la necesidad de la llamada y anotar los puntos a tratar en la llamada a realizar para ahorrar así tiempo y tener más organización.
- Identificación de la persona que llama con el nombre completo y el de la empresa de la que llama.
- Antes de comenzar a hablar con la persona solicitada, se le debe preguntar si es un buen momento, si está ocupada o prefiere una llamada más tarde.
- La persona que llama deberá llamar de nuevo en el caso de que se corte la comunicación.
- También debe ser quien termine una conversación,

4.5 Barreras De La Comunicación

En el proceso de comunicación hay unas barreras que pueden terminar distorsionando la información y pueden ser provocadas por:

El Emisor:

- Por falta de un código de entendimiento. A veces otra lengua puede llegar a ser una barrera. En hostelería, es indispensables los idiomas. Al menos el conocimiento de un vocabulario básico en inglés como mínimo
- Por una mala vocalización. Ténganse en cuenta los acentos de cada comunidad. En ocasiones resulta difícil de entender a otra persona por su acento, por lo que se intentará no cambiarlo, sino vocalizar mejor las palabras.
- Por hablar muy rápido o no expresarse bien.
- Por un alto nivel de excitación o nerviosismo.

El receptor:

- Una falta de atención por diversos motivos.
- La falta de feed-back.
- Por problemas de sordera.

El entorno:

- Ruidos ambientales, como pueda ser una calle con coches o el ruido de una cafetera.
- Por el excesivo calor o frío en una sala, sillas incómodas.
- Debido a deficiencias en el teléfono, poca cobertura.
- A causa de distracciones visuales.
- Por interrupciones constantes: algún compañero puede interrumpir con cualquier otra cosa como otra llamada, la atención de un cliente, etc.



UA.5 LA VENTA EN RESTAURACION

5.1. Elementos Claves En La Venta

Existen diversas maneras de potenciar las ventas en hostelería. Destacan el uso de medios publicitarios adecuados (prensa y revistas especializadas, radio, internet, etc.), el establecimiento de estrategias de fidelización de clientes o con las relaciones públicas oportunas (recordatorio de cumpleaños, aniversarios, la oferta de carta de temporada, etc.) así como de un personal debidamente formado.

La carta de un bar-cafetería, no solo informa a los clientes de las bebidas y comidas que se ofrecen, sino que también es una poderosa herramienta para potenciar las ventas si se sabe hacer bien y se usa adecuadamente.



Del mismo modo que con la carta, el camarero o barman, tiene con su "don de palabra" el poder de incrementar esas ventas si utiliza los métodos adecuados.

Hay que plantear hasta el más mínimo detalle desde la competencia, la localización, nuestra oferta y demanda del producto ofrecido, los clientes potenciales, el servicio que vamos a ofrecer, etc.

Vender significa servir y satisfacer a los clientes conjuntamente, por, el personal se convierte en el nexo de unión entre producto y cliente.

Para ello nos centraremos en el estudio de:

- El personal
- El producto
- El cliente.

El personal

El personal que compone la plantilla de un restaurante es una pieza fundamental, imprescindible para el correcto desarrollo del servicio. De él depende en gran medida el éxito del establecimiento.



El personal de sala pasa de ser un barman o camarero a convertirse en un auténtico vendedor; en el que se mezclan las condiciones de ambos, además con unos conocimientos muy específicos.

Nuestro lenguaje ha de ser correcto y apropiado en cada momento, evitando el uso de tecnicismos y de un argot que sea difícil para el cliente, es decir, utilizaremos un vocabulario simple y estructurado con frases cortas y sencillas.

Utilizaremos un lenguaje fluido junto a una vocalización clara y un ritmo pausado

En un proceso de venta no solo es importante saber preguntar, sino también saber escuchar.
Existen una serie de normas deontológicas que hay que cumplir como ya hemos visto anteriormente como, aptitudes físicas, morales, intelectuales y profesionales. En algunos casos, estas normas de conducta son cualidades innatas a la persona; en otros hay que ir aprendiéndolas y poniéndolas en práctica con intento de superación

Entre estas normas caben destacar los siguientes:

- Gozar de una buena presencia y salud física.
- Atender cortésmente al cliente con un comportamiento educado sin caer en la exageración.
- Tener un lenguaje y vocabulario correcto junto a una buena facilidad de expresión. Se valorarán los idiomas.
- Ser servicial y no servilista.
- Saber aconsejar al cliente ante cualquier tipo de situación.
- Ser discreto y educado.
- Saber trabajar en equipo
- Ser organizado y limpio en el trabajo.
- Tratar a todos los clientes por igual sin discriminar por razón de sexo, religión o raza.
- Ser profesional haciendo sugerencias sinceras y honestas.
- Tener confianza en sí misma/o
- Poseer formación e información acerca de los productos que desee vender.

Si importante es el saber expresarse con fluidez y una vocalización clara, no menos importantes son nuestros gestos y posturas delante del cliente.

Algunos aspectos a tener en cuenta son los siguientes:

- Tono de voz amable que invite a la confianza del cliente.
- Saludo (dar correctamente la mano o dos besos en la mejilla si es el cliente quien lo hace).
- Posturas que indiquen profesionalidad cuerpo erguido.
- Evitar tener las manos en los bolsillos.
- No apoyarse en la barra o un taburete mientras se habla con un cliente/a.
- Rascarse la cabeza o alguna otra parte del cuerpo, etc.
- Gesticulación discreta, esto se traduce en el uso adecuado de las manos.
- Mantener un buen contacto visual, ya que mirar a los ojos ofrece seguridad en uno mismo y el cliente se sentirá así más confiado.
- Sonreír siempre que se pueda; la primera toma de contacto en cualquier proceso de venta es primordial, y la sonrisa ayuda mucho a romper el hielo. Las sonrisas por lo general suelen ser devueltas.
- Mantener el entusiasmo incluso si la venta no se ha producido.

PRODUCTO

En el servicio de un restaurante considerado como producto se dan las siguientes características:

- **Intangibilidad.** El servicio de sala que ofrecemos no puede degustarse, tocarse ni olerse antes de la compra.
- **Inseparabilidad**. El cliente no puede separarse del personal que provee el servicio.
- **Heterogeneidad.** La calidad depende de cómo el personal de la empresa atiende al cliente y cómo se prepara el producto.
- **Perecederos**. La atención del personal no puede almacenarse para utilizarse después.
- **Ausencia de propiedad**.

Es primordial conocer en profundidad el producto o productos que se tienen a la venta. En el bar-cafetería, el personal debe tener amplios conocimientos acerca de los diferentes grupos de bebidas, de las tapas o raciones más frecuentes junto a una información básica de su elaboración, valor nutricional, etc.

En un restaurante, el personal debe tener más conocimientos aún de las diferentes comidas, bebidas, etc.

Para obtener mayores beneficios es muy apropiado que los vendedores conozcan los precios de compra y los beneficios que se pueden obtener con las bebidas, los postres, etc.



De esta manera, se sabrá qué productos son los más adecuados para obtener más beneficios de la venta.

No solo basta con conocer muy bien un determinado producto, sino que también es necesario saber cómo venderlo y sugerirlo a la clientela.

Hay que saber describirlo y despertar el interés de los clientes, explicando el nombre del plato y su método de preparación dependiendo del tipo de cliente.

Se podrá decir que es un plato estrella en el restaurante, que es una bebida muy demandada, etc.

Es muy recomendado el uso de frases cortas, un lenguaje sencillo y de un gran número de adjetivos que consigan que el cliente termine visualizando la comida o bebida.

Conocer los gustos de la clientela, cuando esta se encuentre indecisa y poder buscar así el plato o la bebida más adecuada.

Los conocimientos no solo deben quedarse en la elaboración e ingredientes de las bebidas y comidas, sino que también se valorarán los conocimientos nutricionales de los productos y el uso adecuado en determinados tipos de clientes, como los vegetarianos o los alérgicos.

Conocer los gustos de la clientela extranjera será también muy apreciado, principalmente por este tipo de clientes.

El camarero debe tener muy en cuenta a las personas alérgicas a la lactosa o al gluten (celiacos); estos últimos no pueden tomar nada que lleve trigo, por lo que muchos negocios tienen ya comidas especiales para este tipo de clientes.

En definitiva, para vender un producto se suele incidir en sus características principales y en sus beneficios.

Recordar que el producto no es sólo aquello que el cliente degusta, sino también el servicio, que se ofrece como producto, un buen servicio de sala o bar se puede considerar como parte fundamental o producto a disposición del cliente.

El cliente es el alma de la venta y no sólo en el ámbito de la restauración. Sin cliente no hay venta y sin venta no existe el producto. Por ello un profesional deberá afanosamente trabajar día a día para mejorar y conservar al cliente.



Todas las acciones que se llevan a cabo en nuestro establecimiento están destinadas a la satisfacción del cliente.

Cuando intentamos llevar a cabo un proyecto de restauración, la finalidad última que perseguimos es la captación del cliente, viéndose así los esfuerzos recompensados y obteniendo la satisfacción de haber realizado bien el trabajo.

CLIENTE

El cliente, desde su llegada, con sus preguntas y peticiones, está ofreciendo información.

Para saber a qué tipo de persona se "enfrentan" en una venta, es conveniente analizar los perfiles de clientes más comunes en cuanto al carácter, como:

Clientes cordiales y divertidos: son los más fáciles, puesto que se suelen comportar así cuando están a gusto y eso significa que ya se ha hecho bien una parte del trabajo. Aceptan bien lo que se les ofrece en cada momento.

Clientes tímidos: serían el polo opuesto de los anteriores, ya que son los que muestran una mayor inaccesibilidad. No suelen mirar a la cara y resulta complicado saber cuando todo está a su agrado debido a su inexpresividad.

CLASIFICACIÓN DE LOS TIPOS DE CLIENTES MÁS HABITUALES

- **Parejas:** dependerán de la edad y del momento en el que se encuentren, pero suelen requerir intimidad en el caso de las jóvenes o una mayor atención en determinadas edades.
- **Parejas con hijos:** la misión principal será la de entretener a los niños para que estos puedan estar tranquilos. Ganarse la confianza de los niños es triunfar con la de los padres.
- **Familias:** ya sea con personas más mayores o con niños, a los que se les debe prestar atención en primer lugar.
- **Personas con necesidades especiales** (discapacitados, ancianos, niños).
- **Grupos de trabajo:** son reuniones más o menos informales donde suele haber un jefe de grupo. Sin embargo, no se debe olvidar al resto de los comensales que pueden llegar a ser futuros clientes.
- **Personas solas:** intentar ofrecerles conversación y que no se sientan aisladas. Se le puede ofrecer un periódico o revistas.



5.2 La Venta Sugestiva- Merchandising- Método AIDA

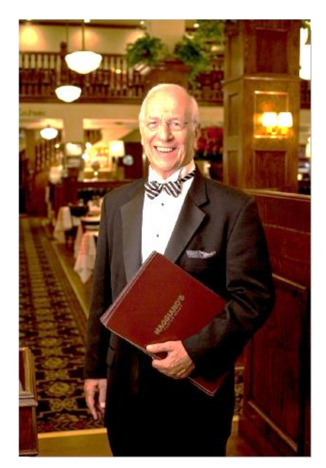
Hay tres técnicas imprescindibles que son la venta sugestiva, el merchandising y el método de ventas AIDA.

LA VENTA SUGESTIVA
Es una forma sutil de vender. El cliente compra lo que sabe que tenemos, la venta sugestiva trata de completar esa compra con algo que pueda resultar atrayente.

Lo hacen en todos los restaurantes en el momento que te preguntan si quieres un postre o café... antes de saber si te apetece ya estás diciendo que sí.

Determinación de los momentos de venta. Es en estos momentos de venta (MV) donde el camarero/a debe poner en práctica las técnicas de venta sugestiva

Recepción del cliente: Es uno de los momentos claves de atención al cliente, es el primer contacto de este con el personal. La recepción debe ser realizada en el mínimo tiempo posible y de forma muy amable. No es un momento de venta, pero si es la primera ocasión para predisponer el ánimo del cliente.



Acomodo del cliente (1er MV) Es la operación que tiene como objetivo acompañar y acomodar al cliente en la mesa. Una vez sentado se le entrega la carta y se le ofrece algún aperitivo mientras espera.

Toma de comanda (2º MV). Es un gran momento de venta. Debemos ofrecer o recomendar productos al cliente que además de agradarle, nos dejen mayor margen de beneficio. Generalmente los clientes que visitan por primera vez un restaurante suelen aceptar las recomendaciones como un acto de atención y amabilidad.

Servicio de bebidas. Debe realizarse rápidamente pues propiciará su consumación y creará la necesidad a los clientes de segundas bebidas.

Servicio de comida. Entre los primeros y segundos platos puede constatarse si la comida ha sido del agrado de los clientes (MV y si necesitan alguna cosa más (pan, bebida…)
Segundas bebidas (3er MV). Se debe estar atento a la repetición de bebidas entre el primer y segundo plato y antes de los postres, puesto que las bebidas se habrán ya consumido en gran parte o en su totalidad y, por tanto, se podrá ofrecer repetición de bebidas a los clientes.

Comanda de postres y cafés (4º MV). Uno de los grandes caballos de batalla en la venta sugestiva es la venta de postres, debe intentar venderse las máximas unidades puesto que es un consumo adicional que aumentara el ticket medio y, además, es una familia con un margen comercial relativamente alto.

Venta de extras (5º MV). La venta de segundos cafés, licores, puros etc… es otra importante vía de ingresos a través de la venta sugestiva. Se debe aplicar siempre y cuando no vaya en contra de la rotación de mesas.

Facturación y cobro. Cuando un cliente pide la cuenta en realidad nos está diciendo que quiere marcharse y, por lo tanto, es una operación que debe realizarse con la mayor velocidad posible.

Despedida del cliente (6ºMV). La despedida del cliente es un punto de vital importancia dentro de las especificaciones y procesos de atención al cliente, pero además es un momento para sugestionar al cliente para que vuelva pronto.

EL MERCHANDISING

El Merchandising es una herramienta del Marketing que permite presentar al comensal los productos o servicios en las mejores condiciones, tanto físicas, a través de una presentación activa y atractiva.

En cuanto a los elementos de merchandising para restaurantes podríamos destacar:

Decoración y ambiente. Es lo que habla al cliente y le hace entrar y, lo que es más importante, le hace volver. Es nuestro fiel y silencioso vendedor. Aunque en decoración no existen reglas fijas, sí que es cierto que todo debe ir acorde: luz, sonido, decoración, colores, formas, etc. La animación y personalidad del local se la da tanto la clientela como el personal del establecimiento.

Equipamiento. Todos los enseres que se utilicen para la presentación del producto o servicio transmiten imagen y deben estar en consonancia con la calidad de lo que se sirve en ellos.



Código en el vestir. Realmente no existe un código en el vestir, excepto el que indica el propio sentido común. El personal uniformado es un tanto más seguro.

Carta de productos. Es cierto que primero comemos y bebemos con los ojos y por ello la carta debe contener platos y bebidas atractivas para el cliente.

La carta, es el máximo instrumento de venta y lo que se muestra en ella y cómo se muestra tendrá una repercusión directa en las ventas del establecimiento. De ahí la importancia en la confección de cartas y menús de fotografías sugerentes que inviten al cliente a su consumo.

Ubicación preferente de producto es importante situar el producto en lugares que aumenten las probabilidades de ser adquirido por el cliente. Por ejemplo, colocar las botellas de vino en las mesas para incentivar de manera subconsciente el consumo de este producto.

Demostraciones y degustaciones en los restaurantes. Tienen la capacidad de atraer a más público a restaurantes, lo que provoca importantes incrementos de ventas. Se suelen utilizar para dar a conocer nuevos platos o nuevos menús, vinos o cócteles como una forma de merchandising para restaurantes más práctica



MÉTODO AIDA

Método AIDA. Son las siglas pertenecientes a Atención, Interés, Demostración, Deseo y Acción

La atención

Para captar la atención del cliente y despertar su curiosidad, haremos halagos y cumplidos, seremos amables, ofrecer ayuda presentar novedades, de esta manera las personas tienden a volverse afables y dispuestas a colaborar.

El uso de "por favor" y "gracias" son facilitadores de la comunicación, que atraen la atención del cliente.



Cuando el camarero le ofrece al cliente una sugerencia especial del chef debe tratar de transmitirle la curiosidad para captar su a atención. De este modo, habrá logrado su objetivo.

Otro modo de captar la atención del cliente es mostrándole una novedad que consiga llamar su atención, por ejemplo, un nuevo Vino especial de la bodega propia del restaurante

El interés

Consiste en captar y mantener el interés del cliente. Una vez que se ha captado la atención del cliente hay que ser capaz de mantener su interés en lo que se ofrece.

Para ello, se pueden usar las siguientes técnicas: crear la necesidad, dialogando con el cliente o cliente potencial para identificar su necesidad, y mostrarle el beneficio del cliente, es decir, explicarle el gran beneficio que obtendría al consumir el servicio»

El deseo.

Consiste en lograr que el cliente se convenza de que el producto o servicio ofrecido es el ideal para satisfacer su necesidad, despertando su deseo por ese producto o servicio.

Hay varias líneas de actuación:

- Describir el producto,
- Compararlo con otros productos
- Mostrar el beneficio del cliente.

Describir el producto consiste, por ejemplo, explicar en detalle al consumidor las características de su elaboración y la procedencia de los ingredientes de un determinado plato.

Exponer las ventajas que tiene el producto propio **en comparación** con el de la competencia, explicando la exclusividad de la receta de un determinado plato, propio del restaurante.

Mostrar el beneficio al cliente, por ejemplo, la posibilidad de disfrutar de una experiencia sensorial diferente, en el caso de un restaurante de cocina moderna, o la posibilidad de comer un menú de calidad a un buen precio sin tener que cocinar en casa ni ensuciar la cocina y el menaje, en el caso de un restaurante tradicional.

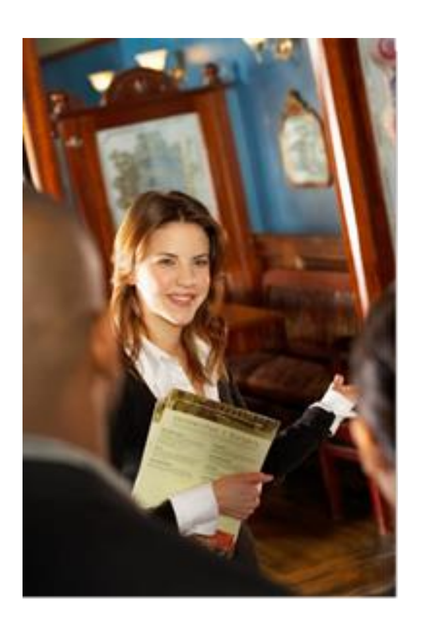
La acción
Consiste, simplemente, en llevar al cliente a la acción de la compra. Este paso es una consecuencia de los tres pasos anteriores.

Hay dos visiones en este punto:

- la del cliente
- la del vendedor.

La del cliente consiste en el momento en el que el cliente evalúa las ventajas y desventajas de decidirse por ese producto o servicio.

La del vendedor ha de ayudar a que el cliente se decida por obtener el producto o servicio que se le ofrece. Ha de apoyarle en todo momento, independientemente de la decisión final que tome.



5.3 Fases De La Venta

La preventa

Es el momento previo a la venta. Antes de que llegue el comensal al establecimiento, ha de estar todo a punto. En la sala y cocina todo estará dispuesto para atender al cliente de la mejor manera posible

El camarero ha de conocer todos los procesos del servicio, para que el proceso de la venta sea sencillo y efectivo, conociendo perfectamente:

- **Los platos del menú:** cómo se sirven, sus guarniciones y cuáles podrán ser sus guarniciones alternativas, como así también los puntos de cocción y el tiempo de demore de cada plato.
- **Las bebidas** con las que se puede acompañarse cada plato, conociendo los vinos, las características de las cepas, qué vino puede recomendarse según el alimento

En esta fase, se deberán establecer los objetivos de la venta y qué consumidores son prioritarios para el negocio (quiénes son los que más frecuentan el sitio, quié-nes pagan más, cuáles son las características del cliente que más interesan, etc.).

Venta

Será el maître el que reciba al cliente, lo acomode y le haga entrega de la carta, Aquí comienza el proceso de venta.

Atendiendo bien a un cliente, podemos asegurarnos un buen enfoque promocional, pues un cliente contento pude ser nuestro mejor publicista.

A todo cliente le gusta ser bien atendido, el personal de la brigada deberá mostrar una actitud de ofrecimiento, proyectando buenas sensaciones.



Debemos tratar al cliente desde su llegada hasta su partida como un elemento único e imprescindible en nuestro trabajo, pues hay que recordar que sin cliente no hay producto y sin producto no surge la venta.

Además de saber escuchar, también hay que saber preguntar e interpretar los deseos del cliente en cada situación.

En todo proceso de venta se debe recomendar, ofrecer y sugerir al cliente los productos que se crean más apropiados en cada momento**.**

Algunos ejemplos son:

- Ofrecer maridar las comidas con bebidas o acompañar a una tapa o ración con una bebida. Realizar recomendaciones de bebidas y comidas que estén fuera de carta; así no se aburrirá el cliente habitual.
- Sugerir entradas para compartir a personas que no quieran gasta mucho o que simplemente o no sean de mucho comer.
- Recomendar y sugerir tomar postre, café y licores al final de las comidas.

Postventa
Por último, el camarero/a, debe realizar un seguimiento del cliente para asegurarse que las sugerencias o recomendaciones están siendo de su agrado, para poder rectificar en caso contrario.

Nunca se debe esperar al final de la comida para preguntar al cliente, sino que se intentará preguntar rápido e intentar ver su nivel de aceptación.

Una vez que el cliente ha sido atendido y acompañado a la salida del establecimiento, nos podemos preguntar:

- ¿Hemos realizado un buen servicio?
- ¿El cliente se ha sentido satisfecho?
- ¿Que nos ha sugerido el cliente?
- ¿Hemos sabido actuar ante situaciones comprometidas?
- ¿Qué información nos ha aportado el cliente
- ¿Actuaremos mañana de la misma forma?

Con la información obtenida del cliente se puede realizar un estudio para crear nuevas estrategias o planificar nuevas fórmulas de acción.



UA.6 FACTURACION Y COBRO DE SERVICIOS EN BAR CAFETERIA

6.1 Importancia De La Facturación

La facturación en un bar-cafetería es otro servicio más que se le ofrece al cliente y como tal debe realizarse de la mejor manera.

Se puede realizar por diferentes medios, siendo hoy día los TPV los medios informáticos más utilizados debido a su precisión. Sin embargo, aún hoy día, algunos establecimientos siguen utilizando la factura a bolígrafo y papel.

La facturación a través del TPV no solo agiliza la emisión de la propia factura, sino que gracias a ella se puede llevar un mayor control de consumos internos, externos, invitaciones, nº de cubiertos en un mes, etc.

El cliente suele pedir la cuenta o factura cuando quiere marcharse del establecimiento, por lo que el tiempo de respuesta de los camareros debe ser muy rápido.

Es muy importante que el cliente no permanezca mucho tiempo esperando una cuenta, puesto que puede estropear un buen servicio.

En el caso de que se retrasarse, se le informará al cliente y se le intentará entretener mientras la cuenta llega.

El proceso de facturación
Este proceso está encomendado al cajero-facturista, cuyas funciones específicas son las siguientes:

- Recoger la primera copia de la comanda para utilizarla en la elaboración de las facturas.
- Elaborar la factura destinada al cliente, ya sea por medios manuales o mecánicos.
- Cobrar la factura al cliente mediante las distintas formas de pago (metálico, tarjetas de crédito, eurocheques, etc.).
- Confeccionar la caja del día y cuadrar el arqueo de caja.
- Elaborar la liquidación del restaurante, así como cualquier otro informe que establezca la dirección del establecimiento (diario de producción, informe de ventas, etc.).



6.2 Equipos Básicos Y Otros Medios Para La Facturación

Por escrito
Aún hoy quedan negocios que entregan las cuentas escritas en un papel o que incluso no las entregan, diciendo el importe a cobrar.



Si la primera debe obviarse por anticuada, la segunda no debe realizarse puesto que el cliente puede sentirlo como un síntoma de mal servicio.

En el caso de que el cliente solicite una factura y no se cuente con un sistema electrónico adecuado, muchos establecimientos entregan a sus clientes una factura escrita a mano en un talonario de facturas con el sello del establecimiento y los datos ofrecidos por el cliente.

Sin embargo, se puede ofrecer la posibilidad de entregar la factura por correo electrónico y así poder informatizarla con posterioridad.

Caja registradora
Es un aparato eléctrico con la que se puede calcular a modo de calculadora con impresora, el precio de los productos consumidos.



Todas se componen de:

- **Un cajón** donde guardar el dinero y que solo se abre al realizar una venta o abriéndola con la llave, con un sonido, a modo de timbre, muy característico que indica que se está utilizando.
- **Teclado numérico** e incluso programable con los precios de los productos más consumidos para agilizar así la emisión del ticket.
- **Rollo de papel integrado** en impresora para poder emitir los tickets.

TPV
El TPV o terminal punto de venta viene del inglés “POS” que significa “Point of sale terminal” que es la traducción que se le da en español.

El TPV suele estar integrado a un ordenador y es una herramienta con la que cuentan la mayoría de los establecimientos debido a sus eficientes prestaciones.

Su función principal además de ser como una caja registradora, es la de gestionar y realizar operaciones en el proceso de compra y venta

Se distinguen dos partes en un TPV:

- **Software:** que integra el sistema operativo y el programa de gestión utilizado
- **Hardware:** que son los dispositivos físicos.



Software pueden ser de tres tipos:

- **A medida del negocio.** Contienen software específico para una única empresa. Suelen ser mucho más caros y las modificaciones o actualizaciones van siempre ligadas a la disponibilidad de la empresa que desarrolla ese software
- **Comerciales:** Dentro de este grupo pueden estar predefinidos para tiendas de ropa, hostelería, ferretería, farmacia, videoclubes o TPV de carácter general. Suelen estar diseñados para un establecimiento tipo del sector al que va dirigido
- **Específicos**: se desarrolla un software específico para un tipo de negocio en concreto, como puede ser una cadena hotelera. Pueden estar integrados en la memoria de un ordenador o simplemente funcionar como un programa instalado en la memoria del terminal.

Hardware son los dispositivos físicos que pueden ser de dos tipos:

- **Modulares:** los que están divididos en diferentes partes; es un ordenador con un programa de gestión, una pantalla, una impresora y un lector de tarjetas de crédito que no están integrados dentro de ningún equipo, sino que son unidades independientes.
- **Compacto:** al contrario que lo anteriores, son equipos con todos los componentes integrados, es decir, cajón, teclado impresora y pantalla (suelen ser incluso táctiles).

Los componentes de un TPV son:

- **Pantalla:** que puede ser la de un ordenador normal, aunque suelen ser táctiles, agilizando así las tareas propias en su utilización. En las pantallas y dependiendo del programa utilizado, aparecerán los diferentes grupos de comidas y bebidas del bar-cafetería y las más usuales deben estar más accesibles para poder agilizar más el servicio.
- **Teclado:** que puede ser igual al de un PC o más reducido; todo dependerá del uso que se le aplique.
- **Impresora con rollo de papel**: para poder emitir los tickets o facturas.
- **Cajón**, donde se guardan las monedas y billetes.
-

El proceso de cobro comienza con la petición, por parte del cliente, de la cuenta o factura, que será abonada en el momento con dinero en efectivo (al contado) o puede cobrarse a crédito.



6.3 Aplicación De Los Sistemas De Cobro - Ventajas E Inconvenientes

APLICACIÓN DE LOS SISTEMAS DE COBRO

Contado.

El cliente hace efectivo el pago de la factura abonándola en metálico, divisas, tarjeta de crédito o cualquier otro medio de pago aceptado por el establecimiento (solicitar amablemente D.N.I. o documento que le identifique)

Una vez que el cliente efectúa el pago al contado, se le entrega el original de la factura como justificante de dicho pago.

Tarjetas bancarias

Es el método de pago más usado en los restaurantes y negocios de hostelería.

Suele existir un contrato de colaboración entre los negocios y las entidades bancarias, lo cual facilita el uso, por parte de la clientela, de las tarjetas de crédito o débito.



Es imprescindible colocar en un lugar visible, normalmente en la puerta de entrada, las tarjetas de crédito que se acepten para información del cliente. De esta manera, se evitan posibles reclamaciones y quejas por no contar con datafono.

Existe una amplia gama de tarjetas de crédito, pero las más usuales son:

- Visa, Visa Plata, Visa Oro, Visa Platinum. La categoría de estas tarjetas está de menor a mayor y depende del crédito que la entidad bancaria conceda a su clientela.
- MasterCard. - 4B. - American Express. - Tarjeta 6000. – Maestro, etc.

Crédito.

El cliente no abona la factura, sino que simplemente la firma. El crédito se produce básicamente en tres situaciones:

- Cuando el cliente tiene crédito personal en el establecimiento, ya sea a nivel particular o bien a nivel de empresa
- Cuando el cliente acude al establecimiento con un bono de agencia de viajes, que cubre el pago de la factura y los servicios consumidos.
- Cuando se trata de un establecimiento hotelero y el cliente permanece alojado en el mismo. En este caso, la factura del restaurante o bar una vez firmada, debe pasarse al departamento de facturación del hotel para que sea anotada en la factura general del cliente, que será pagada cuando abandone el hotel.

En cualquier caso, el original de la factura no se le entrega al cliente, ya que sirve como justificante para el cobro de los servicios prestados

VENTAJAS E INCONVENIENTES

En lo que respecta al cobro al contado en efectivo, Es uno de los sistemas más utilizados.

Es necesario tener precaución, sobre codo en el momento de facturar grandes servicios con un total importante en los que se paga con efectivo. Contar el importe delante del cliente.

Para apoyar al cajero facturador con el control de billetes están los diferentes sistemas de detección de billetes falsos.

La ventaja principal es que se cobra al instante y se cuenta con efectivo líquido para afrontar los pagos necesarios.

Ventajas e inconvenientes - tarjeta de crédito

Cada vez son más las personas que prescinden de llevar dinero en metálico por las tarjetas de crédito que cuenten entre otras con **las siguientes ventajas**:

- Evita los problemas que se puedan tener con el manejo del dinero en efectivo. En ocasiones tanto el cliente como el empleado pueden confundirse al sumar y puede dar problemas de descuadres de caja, etc., o el riesgo de perderlo.
- Agiliza el pago y se evita así el no contar con el dinero suficiente para pagar por parte del cliente.
- Facilidad para pagar.
- Ocupa poco espacio.
- Algunas disponen de crédito para pagar a plazos sin intereses.

Las ventajas para los negocios se benefician entre otros de:

- Disminución del riesgo de robos, tanto por personas ajenas al establecimiento como por los propios empleados.
- Menor pérdida de tiempo, puesto que se evitan las visitas a los bancos para realizar ingresos.
- Facilidad para que los clientes realicen el pago incluso no llevando dinero encima.

Sin embargo, el uso de las tarjetas **también tiene una serie de inconvenientes** estos son los siguientes:

- Pueden dar error debido a problemas con la banda magnética, cobertura de línea o por no tener ingresos suficientes, con el consiguiente malestar que esto puede provocar.
- El cliente puede olvidar el número PIN o secreto.
- Si se gasta todo, se puede pagar a crédito, pero con altos tipos de interés.
- Hay un menor control del gasto, a diferencia que, con el uso de efectivo, donde el control de gasto es mucho mayor.



6.5 La Confección De La Factura O Ticket Y Medios De Apoyo

La factura es un documento que se entrega a los clientes como justificante del pago de uno o varios productos consumidos. Sera entregada cuando el cliente la pida.



TIERRA ASTUR
Sidrería Restaurante

Poniente Gijon,SL
Mariano Pola 10-12-14 Bajo
33212- Gijon - ASTURIAS
N.I.F.: B-33949074 Tfno.: 985 32 74 48

Nota: P02/00000153
Hora: 16:22:54 Fecha: 28/08/2010
Mesa 207 Le atiende: Yolanda

Cta Nombre Articulo	PTotal
3 Menu Mariñan	55,56
2 Sidra	4,07
1 Cafe Solo	0,00
2 Cafe Cortado	0,00
1 Sidra	0,00

Base Imponible: 59,63
Total IVA: 4,77
Total 64,40

Gracias por su Visita

Documento no valido como factura,
si la necesita, pidala en el
momento de abonar la cuenta.
RD 1624/1992 del 29 DICIEMBRE

No solo es justificante de pago, sino que también es justificante fiscal, ya que es el único modo de poder realizar la deducción del IVA con posterioridad.

La factura se confecciona por el cajero - facturista, camarero o encargado de un establecimiento en base a una comanda donde se habrán especificado los servicios consumidos por el cliente.

Los TPV suelen ofrecer facturas detalladas a la clientela, sin embargo, será el mismo cliente quien avise cuando necesite una factura especial.

En la factura deberán ir los siguientes datos:

- **Datos fiscales del establecimiento**: nombre comercial, dirección, teléfono, Código de Identificación Fiscal (CIF) y categoría del establecimiento.
- **Datos fiscales del cliente**: nombre de la empresa a facturar con la dirección y el CIF.
- **Descripción de los servicios**: número de mesa, número de personas, fecha, cantidades y productos consumidos por el cliente, precio de cada producto y precio final.
- **IVA:** que debe aparecer desglosado en las facturas. En restauración se aplica el 10% desde el día 1 de septiembre de 2012.
- **Total de la factura:** que es la suma de todos los productos más el 10% de IVA.

6.6 Apertura – Consulta Y Cierre De Caja

Apertura de caja

Al realizar la apertura de caja, debe realizarse el arqueo de caja, que consiste en contabilizar tanto los billetes como las monedas para así saber el dinero existente. Se realiza al principio del servicio y al final, y puede hacerse con un cambio de cajero o facturista

ARQUEO DE CAJA

LUGAR:
REALIZADO POR: FECHA:
FIRMA:

BILLETES	UNIDADES	TOTAL
1.000		0,00
500		0,00
200		0,00
100		0,00
50		0,00
20		0,00
10		0,00
TOTAL BILLETES		0,00
MONEDAS	UNIDADES	TOTAL
100		0,00
50		0,00
20		0,00
10		0,00
5		0,00
2		0,00
1		0,00
0,50		0,00
0,20		0,00
0,10		0,00
0,05		0,00
TOTAL MONEDAS		0,00
TOTAL BILLETES Y MONEDAS		0,00
OBSERVACIONES		

Consulta de caja

Los sistemas TPV o la caja registradora tienen una función, normalmente representada con una X, para solicitar una consulta de caja de las ventas realizadas hasta el momento del día en que se realice.

Cuando se imprime la consulta de caja, aparece un ticket con los siguientes datos:

- Nombre de la empresa.
- TPV de bar, restaurante, room service, etc.
- Fecha de la consulta de caja.
- Hora de la consulta de caja.
- Diferentes apartados de cobros

Cierre de caja



Cierre de caja
25/09/2012 13:28:29

Del Ticket N§: 15147
Al Ticket N§: 15150

N§ de Tickets: 4

Total Venta: 110,00 Eur

Tarjetas: 35,00 Eur
Cr,dito: 0,00 Eur
Efectivo: 75,00 Eur

TOTALES POR TURNO

Turno A: 4 Tickets 110,00 Eur

DESGLOSE DEL IVA

Base Imponible: 90,91
IVA 21 % : 19,09

CUADRE DE CAJA

Caja Anterior : 420,00
Total Efectivo : 75,00
COBRO JRAMON FDEZ. : 25,00
PAGO GASOLINA : -50,00
Fondo de caja : 150,00
Total Caja : 320,00

TOTALES POR CAMARERO

Camarero	Oper	Total
Camar.: 0	2	35,00
FRAN	2	75,00

TOTALES POR TARJETA

Forma	Oper	Total
CREDITO	1	30,00
VISA-4B-MASTERS...	1	5,00

TOTALES POR FAMILIA

Al finalizar la jornada de trabajo se debe realizar el cierre de la caja del bar- cafetería, que consiste en realizar una consulta de caja que se obtienen mediante la llave u opción Z, para ver la cantidad recaudada y contar el dinero del cajón.

Se deben comparar dos cantidades; por un lado, el dinero que había al iniciar la caja y por otro el recaudado. La resta de ambos será el dinero facturado en el día que debe coincidir con el del ticket de consulta de caja.

Una vez supervisado todo esto, se procederá al cierre de caja, generando una factura general con todo el dinero recaudado.

6.7 Problemas Que Pueden Surgir. Medidas A Tomar

Si se produjese alguna diferencia con el arqueo inicial, se deberán buscar las causas, analizando cada una de las facturas emitidas.

Para evitar problemas, lo más apropiado es que solo una persona se dedique al cobro de las facturas.

Existen establecimientos que optan porque cada camarero/a lleve el control de sus mesas y de las cuentas, sobre todo cuando en su mayoría se realizan en efectivo. Así, cada cual es responsable del dinero recaudado.

El quebranto de moneda, es un complemento salarial abonado por la empresa al trabajador para compensarle los posibles riesgos y pérdidas que pueda experimentar por realizar operaciones con dinero. Este complemento salarial cotiza a la Seguridad Social.

UA. 7 CIERRE DEL BAR CAFETERIA

7.1 Tareas Propias Del Cierre

Al terminar la jornada, quedan una serie de operaciones realizar como son:

- Cierre de caja
- Reposición de stocks
- Recogida de materias primas
- Limpieza de mobiliario, local y maquinaria.
- Supervisión y mantenimiento de maquinaria
- Con el cierre de caja controlamos la actividad económica del día, ingresos y gastos.

Cierre de caja

Con el cierre de caja se realizará el arqueo de la misma, que consiste en comprobar que el dinero en efectivo y cargos de tarjetas coincide con el ticket de cierre.

Se prepara el fondo de caja para el día siguiente y se entrega a administración el dinero en metálico junto con los registros del día, los comprobantes de tarjetas, tickets de caja, etc.

UA.7.2 Reposición De Stocks

Para ello revisaremos las neveras y frigoríficos, timbres botelleros, estantes, etc., realizando el sistema FIFO y se reponen las existencias de género que sea necesario.

Antes de reponer neveras y timbres comprobaremos que estos estén limpios, si no es así aprovecharemos también para pasar un paño y dar un repaso y eliminar la suciedad que hubiera.

Los alimentos se guardarán por grupos dejando los elaborados en las estanterías superiores y los crudos en las inferiores, todo envasado y etiquetado.

La reposición de géneros dependerá del tipo de establecimiento principalmente. En el caso del bar de un hotel, se debe realizar un pedido a economato bien a través del ordenador o por medio de hojas de pedido.



En establecimientos que no tienen economato las reposiciones se hacen del almacén del establecimiento para retirar los productos necesarios, se apuntan en un libro de registro.

Hay programas de gestión integrados en los TPV que están conectados con los almacenes y dicen en todo momento las existencias de un determinado producto en el almacén, para saber así cuándo hay que tener que realizar un pedido.

Esta labor corresponde al encargado o jefe, auxiliado por todos los de la brigada que disponga.

7.3 Control De Inventarios Control De Roturas Y Perdidas

El inventario es una relación de mercancías que una empresa tiene en stock. Su función es verificar las existencias que hay en economato son las mismas que aparecen en otros impresos de control.

- Nos sirve para detectar desviaciones
- Si se ha producido un exceso de compra
- Nos da un informe del valor de las existencias

Muchos negocios tienen libros de control de roturas para poder justificar una posible reposición, y se suele especificar si la baja de un determinado producto ha sido a causa de una mala calidad del material, hurtos o descuidos del personal.

Cualquiera de estas causas debería ser analizada en caso de una cierta reincidencia.

DOCUMENTACION INTERNA

Releves.

Parte de consumo del día. Es diferencia del recuento entre el inventario inicial y el Stock final de la jornada de los productos vendidos.

Se hará recuento de los productos que se han consumido durante cada jornada, de ese modo se tiene un control estricto sobre el gasto diario de materiales.

Vales.

Es un documento que se encuentra en un talonario, usualmente con papel de copia, por el que se hace el pedido al economato, o a otros departamentos del establecimiento.

Hay establecimientos que funcionan a base de vales, cada vez que se introduce o se saca algún género de su lugar de almacenamiento se hace a través de un vale.

Estos se guardarán y se cotejarán con los inventarios y los releves para detectar posibles descuadres en el gasto.

Inventarios.

Impresos diseñados a tal efecto para el control de mercancías en economato,

			FECHA	DEL 1-04-2008		
CONCEPTO	REST	ALMACEN	CONS	VAL.CONS	EX.ACTUAL	
AGUAS						
AGUA 1/2 CRISTAL	26,0	140,0			166,0	
AGUA 1L CRISTAL	13,0	209,0			222,0	
AGUA GAS	4,0	29,0			33,0	
AGUA 1 1/2	0,0	30,0			30,0	
CERVEZAS					0,0	
KALDER	46,0	60,0			106,0	
HEINEKEN	22,0	18,0			40,0	
CRUZCAMPO	17,0	0,0			17,0	
BARRIL 50 LTS		2,0			2,0	
REFRESCOS					0,0	
BITTER KAS	8,0	36,0			44,0	
GASEOSA	3,0	21,0			24,0	
COCACOLA	41,0	216,0			257,0	
C/C LIGHT	33,0	62,0			95,0	
LIMON SCHWEPPES	41,0	48,0			89,0	
NARANJA SCHWEPPES	27,0	96,0			123,0	
SODA	7,0	34,0			41,0	
SPRITE	7,0				7,0	
TONICA NORDIC		0,0			0,0	
TONICA SCHWEPPES	3,0	60,0			63	
APERITIVOS					0	
ALFONSO	1,0	7,0			8	
APOSTOLES	0,3	5,0			5,3	
DEL DUQUE	0,2	5,0			5,2	
CAMPARI	1,3	3,0			4,3	
LA INA	0,0	3,0			3	
MARTINI SECO	1,1	4,0			5,1	
MARTIN DRY	1,0	0,0			1	
MARTINI ROJO	1,3	6,0			7,25	
MATUSALEN	0,2	6,0			6,2	
MOSCATEL	0,9	1,0			1,9	
NOE	0,4	0,0			0,4	
OLOROSO 12	0,9	2,0			2,9	
CREAM 12	1,0	4,0			5,0	
MALAGA LARIOS	1,4	0,0			1,4	
OPORTO OFLEY	0,2				0,2	
PEDRO XIMENEZ ALVEAR					0	
PEDRO XIMENEZ BARBADILLO	0,2	5,0			5,2	
SOLERA 1847	1,0	8,0			9	
SOLEAR	3,0	4,0			7,0	
TIO PEPE	1,0	4,0			5,0	
WHISKY					0	
ANTIQUARI	1,0	1,0			2	
ANTIQUARI 21	1,0	0,0			1	
BALLANTINES	0,0	3,0			3,0	
BALLANTINES12	1,0	0,0			1	
BALVENIE 10 AÑOS	1,0	0,0			1	
BALVENIE 12 AÑOS	0,3	0,0			0,3	
BALVENIE 15 AÑOS		1,0			1	
BELLS	1,5	0,0			1,5	
CANADIAN CLUB	0,6	1,0			1,6	
CARDHU	0,3	3,0			3,3	
CUTTY SARK	1,7	1,0			2,7	
CUTTY SARK 12	0,7	2,0			2,7	
CUTTY SARK 18	1,0	0,0			1	
100 PIPERS	0,5	0,0			0,5	
CHIVAS 12	0,7	2,0			2,7	

Se agrupan los géneros por familias, se especifica la cantidad y el precio de mercado.

Se realiza cada fin de mes, y sirve para saber lo que hay de existencias y para realizar el pedido de material si fuera necesario.

Además, se utiliza para comparar y detectar posibles descuadres.

7.4 Limpieza Del Local



La limpieza del bar se realiza normalmente al finalizar el servicio o antes de que comience el siguiente y, dependiendo como siempre del tipo de establecimiento, será realizada por unas u otras personas.

En establecimientos hoteleros, la limpieza del local se realiza por las camareras de piso, junto con la del mobiliario. Sin embargo, los diferentes equipos del bar y cafetería se limpiarán por los camareros y camareras.

Tareas a realizar

- **Limpiar el suelo.** Según sea el tipo de suelo, se emplearán los utensilios (escobas, cepillos, aspiradores, fregadoras, etc.). Deben repasarse bien los rincones.
- **Limpieza de paredes y techos** (telarañas), con cierta periodicidad.
- **Limpieza de baños** y perfectamente equipados con jabón y papel seca manos.
- **Limpiar sillas y mesas**. En muchos lugares recogen las sillas sobre las mesas para facilitar la limpieza del suelo Después se repasarán las sillas y las mesas, colocándolas bien. El repaso de mesas y sillas dependerá de su estructura y materiales; pero principalmente en las sillas el asiento y respaldo y comprobar su solidez.
- **Repaso de estantes**. Principalmente para comprobar la existencia de género que en ellas se tenga y reponer lo necesario. Hay que limpiar el polvo que pueda haber.

LIMPIEZA DE MATERIAL Y MAQUINARIA



Limpieza de vajilla. Normalmente lo realizan las personas encargadas de ello en el fregadero; pero si fuera necesario hacerlo por el personal de servicio, hay que realizarlo con agua caliente, jabón o detergente, aclarar con agua caliente, secar y, en su momento, repasar el material. (El aclarado con agua caliente facilita el secado, porque el agua se evapora pronto.)



Limpieza de cristalería. De igual forma debe procederse con la cristalería, cuya limpieza debe ser extremada.

Limpieza de cubertería. Lo mismo para la cubertería. Deben cuidarse los espacios entre las púas de tos tenedores.

Limpieza de la cafetera en todo momento y es imprescindible limpiarla al terminar el trabajo. Limpiaremos el vaporizador, bandeja y desagüe; repaso del exterior de la cafetera en el momento de iniciar el trabajo. Asegurarse de que todos los conductos están limpios y libres. Limpieza de los cacillos y portacacillos.

Limpieza del molinillo

Limpiar la tolva con un paño húmedo y secar, para una limpieza más profunda se puede lavar con agua templada y jabón neutro. Secar muy bien.

Para el deposito del dosificador utilizaremos una brocha para arrastrar todos los restos del café, lo mismo haremos con el prensador y el molino. Por ultimo repasar con un paño todo el molinillo.

Limpieza del cajón de los posos. Este cajón estará recubierto de una bolsa para recoger los posos del café una vez utilizado. Esta bolsa se ha de retirar diariamente, se limpiará el cajón por dentro y se volverá a colocar una bolsa limpia.

Limpieza de la plancha. No hay que dejar la para el día siguiente; debe quedar limpia. Para su limpieza se puede emplear hielo y con una rasqueta se eliminan los restos de suciedad. No olvidar el cajón recoge grasas que habrá que limpiar también. Al igual que los utensilios de trabajo.



Exprimidor. Una vez desmontado, se limpiarán tanto las piezas extraíbles como las fijas. La alcachofa se ha de limpiarse con especial esmero.

Batidora. La batidora se suele limpiar después de cada uso, prestando especial cuidado al vaso mezclador y a las cuchillas, para que no queden restos de sustancias.

Termo de leche. Se limpia vaciando el agua interior y extrayendo el recipiente que se emplea para contener la leche. Se limpia con agua y jabón, aclarándolo posteriormente.

Poner especial cuidado con los grifos, generalmente acumula restos de nata de la leche o del chocolate. Se desmontarán y limpiarán. Con un paño húmedo se limpia el exterior y el interior del termo.

7.5 Supervisión Y Mantenimiento De La Maquinaria Del Bar-Cafetería.

Al tiempo que realizamos la limpieza de la maquinaria y local, observaremos si hubiera alguna avería o desperfecto para comunicarlo a mantenimiento. Para ello normalmente se rellena un impreso (parte de averías) anotando dicha avería.

Si a la maquinaría se le da un uso correcto y se limpia bien, su duración será mayor.

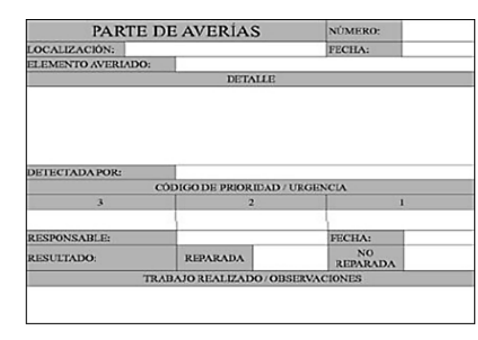
Partes de mantenimiento, averías o incidencias.

Como siempre, todo dependerá del tipo de establecimiento. En hoteles hay un servicio de mantenimiento que se encarga de revisar con frecuencia toda la maquinaria existente en el bar. Sin embargo, en ocasiones hay que llamar a técnicos especialistas para el cambio de una determinada pieza por su uso.

Cuando se produce una incidencia, se debe notificar al servicio de mantenimiento por escrito o a través de correo electrónico.

Las empresas cuentan normalmente con una hoja de parte de averías, incidencia o mantenimiento que debe tener los siguientes datos:

- Nombre del departamento afectado.
- Lugar de la avería
- Detalles de la avería.
- Fecha
- Hora
- Firma



PARTE DE AVERÍAS			NÚMERO:	
LOCALIZACIÓN:			FECHA:	
ELEMENTO AVERIADO:				
DETALLE				
DETECTADA POR:				
CÓDIGO DE PRIORIDAD / URGENCIA				
3	2		1	
RESPONSABLE:			FECHA:	
RESULTADO:	REPARADA		NO REPARADA	
TRABAJO REALIZADO / OBSERVACIONES				

Estos partes suelen dejarse en la recepción, donde los recogerán los encargados de mantenimiento que deberán informar por escrito cuando se haya revisado la avería.

BIBLIOGRAFIA

Asociación de Barmen española: Manual de coctelería. A.B.E. Madrid: Talleres de Oyauri, 1978.
BACHS, J. y VIVES, R.: Servicios de atención al cliente en restauración. Madrid: Síntesis, 1999.
CERRA J.: Organización y gestión de la restauración. Madrid: Interamericana, 1995.
DELGADO, C.: El libro del café. Madrid: Alianza, 1997.
FELIPE Gallego, J.: Manual práctico de bar. Madrid: Paraninfo, 2006.
HOYLE, D.: Manual de sistemas de calidad. ISO 9000. Madrid: Paraninfo, 1995.
LICHINE, A.: Enciclopedia de vinos y alcoholes de todos los países. Barcelona: Omega, 1987.
LÓPEZ Collado, A.: La gobernanta. Manual de hostelería. Madrid: Paraninfo S. L., 1990.
MESTRES Soler, J. R.: Técnicas de gestión y dirección hotelera. Barcelona: Gestión 2000 S. A., 1995.
PEREZ Pascual, J. M.: Técnicas de calidad de servicios, cuadernos prácticos. [s. l.]: Hotel S. L., 1990.
PALOMO Martínez. M: Técnicas de comunicación en restauración. Paraninfo, 2011